

**PERILAKU BELANJA *ONLINE* DAN KONTROL DIRI MAHASISWA
BELITUNG DI YOGYAKARTA TAHUN 2016**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Pendidikan
Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
guna Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan



Oleh
Anggraini Bhuwaneswary
NIM 12104241033

**PROGRAM STUDI BIMBINGAN DAN KONSELING
JURUSAN PSIKOLOGI PENDIDIKAN DAN BIMBINGAN
FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2016**

PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul “PERILAKU BELANJA *ONLINE* DAN KONTROL DIRI MAHASISWA BELITUNG DI YOGYAKARTA TAHUN 2016” yang disusun oleh Anggraini Bhuwaneswary, NIM 12104241033 ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan.

Yogyakarta, 14 Juni 2016
Dosen Pembimbing,



Dr. Farida Agus Setiawati, M.Si.
NIP. 19720813 199802 2 001

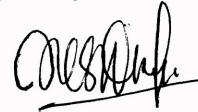


PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang telah lazim.

Tanda tangan dosen penguji yang tertera dalam halaman pengesahan adalah asli. Jika tidak asli, saya siap menerima sanksi ditunda yudisium pada periode berikutnya.

Yogyakarta,
Yang menyatakan,






Anggraini Bhuwaneswary

NIM. 12104241033

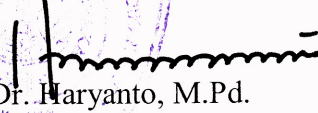
PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “PERILAKU BELANJA *ONLINE* DAN KONTROL DIRI MAHASISWA BELITUNG DI YOGYAKARTA TAHUN 2016” yang disusun oleh Anggraini Bhuwaneswary, NIM 12104241033 ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 27 Juni 2016 dan dinyatakan lulus.

DEWAN PENGUJI

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
Dr. Farida Agus Setiawati, M.Si.	Ketua Penguji		01-07-2016
Sugiyanto, M.Pd.	Sekretaris Penguji		01-07-2016
Tin Suharmini, M.Si.	Penguji Utama		01-07-2016

Yogyakarta, 21 JUL 2016
Fakultas Ilmu Pendidikan
Universitas Negeri Yogyakarta
Dekan,


Dr. Maryanto, M.Pd.
NIP. 19600902 198702 1 001

MOTTO

Bukan seberapa banyak orang menghasilkan uang, melainkan untuk tujuan apa uang itu digunakan.

(John Ruskin)

Waspadalah terhadap biaya kecil. Sebuah kebocoran kecil bisa menenggelamkan kapal yang besar.

(Benjamin Franklin)

Untuk menjadi modern kebanyakan orang malah sibuk memerhatikan cara berpakaian, cara berbicara, kebiasaan atau perilaku tertentu. Padahal bukan itu yang disebut modern. Hal-hal seperti itu adalah bagian yang sangat dangkal dari modernitas.

(Indira Ghandi)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini kupersembahkan untuk:

1. Kedua orangtuaku tercinta, Ayahanda Iswandi dan Ibunda Lisda Kurnia.
2. Abangku Noer Iskandar Albarsani.
3. Mas Danang Septianto.
4. Almamaterku Universitas Negeri Yogyakarta.
5. Agama, nusa, dan bangsa.

PERILAKU BELANJA *ONLINE* DAN KONTROL DIRI MAHASISWA BELITUNG DI YOGYAKARTA TAHUN 2016

Oleh
Anggraini Bhuwaneswary
NIM 12104241033

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya kemudahan dalam belanja *online* sehingga memungkinkan mahasiswa mudah tertarik untuk terus belanja *online* karena belanja hanya untuk memenuhi keinginan dalam dirinya. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan perilaku belanja *online* mahasiswa Belitung di Yogyakarta dan mengetahui hubungan antara perilaku belanja *online* dan kontrol diri mahasiswa.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Belitung yang kuliah di Yogyakarta tahun 2016 sebanyak 211 mahasiswa. Penentuan sampel menggunakan teknik *simple random sampling*. Perhitungan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dengan hasil 138 mahasiswa. Metode pengumpulan data menggunakan angket. Hasil uji reliabilitas menggunakan *Alpha Cronbach* yakni sebesar 0,786 untuk kontrol diri. Uji hipotesis menggunakan uji korelasi *Product Moment* dari Pearson.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku belanja *online* mahasiswa Belitung yang kuliah di Yogyakarta tahun 2016 dengan nilai korelasi sebesar -0,462 dengan signifikansi $p = 0,00$ ($<0,05$), maka H_a diterima. Koefisien determinasi sebesar 21,3%, menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel cukup kuat.

Kata kunci: *perilaku belanja online, kontrol diri*

KATA PENGANTAR

Puji dan penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Perilaku Belanja *Online* dan Kontrol Diri Mahasiswa Belitung di Yogyakarta Tahun 2016” ini dengan baik dan lancar.

Sebagai ungkapan rasa syukur, penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak atas dukungan dan partisipasi secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini. Penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Negeri Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menjalani dan menyelesaikan studi.
2. Dekan Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta yang telah memfasilitasi kebutuhan akademik selama penulis menjalani masa studi.
3. Ketua Jurusan Psikologi Pendidikan dan Bimbingan yang telah memberikan kemudahan dalam proses penelitian sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan lancar.
4. Ibu Dr. Farida Agus Setiawati, M. Si., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing, mengarahkan dan memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi. Terimakasih atas kesabaran, arahan serta motivasi yang akhirnya dapat mengantarkan penulis untuk dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan baik.
5. Bapak Dr. Muhammad Nur Wangid, M.Si., selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan dan motivasi selama kuliah.
6. Drs. Iswandi dan Lisda Kurnia, selaku kedua orang tua penulis yang dengan tulus selalu mendoakan, memberikan semangat dan dukungan penuh dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini. Terimakasih atas doa dan kesabaran yang tiada hentinya serta serta pengorbanan yang telah dilakukan untukku selama ini.
7. Noer Iskandar Albarsani, abangku tersayang atas segala bantuan, dukungan dan doa, serta telah mendampingi saat awal kuliah hingga saat ini. Semoga

8. Mas Danang Septianto, S.IP., yang selalu ada dalam mendampingi, memberikan bantuan, semangat, dan doa selama penyelesaian skripsi ini. Terimakasih atas segala pengorbanan yang telah dilakukan.
9. Meri Damayanti, sahabatku dari awal kuliah yang selalu mengerti dan menerima segala kekuranganku, yang telah berbagi ilmu dan pengalaman selama penyelesaian skripsi ini.
10. Teman-teman ALPHA CASA yang telah berbagi ilmu, pengalaman, semangat, dan motivasi dari awal kuliah maupun selama penyelesaian skripsi ini.
11. Seluruh keluarga besar IKPB (Ikatan Keluarga Pelajar Belitung) cabang Yogyakarta, terutama rekan-rekan mahasiswa di asrama Calamoa, Betiong, dan Tanjung Kelayang yang telah bersedia membantu mengisi angket penelitian sehingga penulisan skripsi ini bisa berjalan lancar.
12. Kurnia, Fenni dan Ali yang telah membantu penulis untuk bertemu dengan mahasiswa Belitung yang menjadi subjek penelitian.
13. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Yogyakarta, Juni 2016
Penulis



Anggraini Bhuwaneswary
NIM. 12104241033

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Batasan Masalah	10
D. Rumusan Masalah	10
E. Tujuan Penelitian	11
F. Manfaat Penelitian	11
 BAB II KAJIAN TEORI	
A. Belanja <i>Online</i>	
1. Pengertian Belanja <i>Online</i>	13
2. Aspek-aspek Belanja <i>Online</i>	14
3. Proses Transaksi Belanja <i>Online</i>	15
4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Belanja <i>Online</i>	16
5. Kelebihan Belanja <i>Online</i>	21
6. Kekurangan Belanja <i>Online</i>	25
7. Manfaat Belanja <i>Online</i>	27

B. Kontrol Diri	
1. Pengertian Kontrol Diri	28
2. Perkembangan Kontrol Diri	32
3. Aspek-aspek Kontrol Diri	34
4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kontrol Diri	38
5. Jenis-jenis Kontrol Diri	39
6. Ciri-ciri Kontrol Diri yang Tinggi	41
7. Dampak Kontrol Diri Rendah	42
C. Remaja	
1. Pengertian Remaja.....	43
2. Aspek-aspek Perkembangan Remaja.....	47
3. Ciri-ciri Remaja.....	58
4. Tugas Perkembangan Remaja.....	62
D. Hubungan antara Kontrol Diri dengan Perilaku Belanja <i>Online</i> pada Mahasiswa	64
E. Hipotesis Penelitian	67

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian	67
B. Tempat dan Waktu Penelitian	69
C. Subjek Penelitian	69
1. Populasi	69
2. Sampel	70
D. Variabel Penelitian	71
E. Definisi Operasional	73
F. Metode Pengumpulan Data	73
G. Instrumen Penelitian	74
1. Instrumen Penelitian	74
2. Kisi-kisi Instrumen	75
H. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	81
1. Uji Validitas Instrumen	81

2. Uji Reliabilitas Instrumen	82
I. Teknik Analisis Data	83
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Subjek dan Waktu Penelitian	86
1. Deskripsi Subjek Penelitian	86
2. Deskripsi Waktu Penelitian	87
B. Deskripsi Data Hasil Penelitian	88
1. Deskripsi Data Perilaku Belanja <i>Online</i>	88
2. Deskripsi Data Kontrol Diri	104
C. Hasil Analisis Data	105
1. Uji Korelasi	106
2. Koefisien Determinasi	107
D. Pembahasan	107
E. Keterbatasan Penelitian	112
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	114
B. Saran	115
 DAFTAR PUSTAKA	117
 LAMPIRAN	120

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 1. Penskoran Item Skala Kontrol Diri	75
Tabel 2. Kisi-kisi Angket Perilaku Belanja <i>Online</i>	77
Tabel 3. Kisi-kisi Angket Kontrol Diri	80
Tabel 4. Klasifikasi Skor Reliabilitas	83
Tabel 5. Profil Mahasiswa Berdasarkan Jenis Kelamin	87
Tabel 6. Profil Mahasiswa Berdasarkan Tingkat Semester	87
Tabel 7. Deskripsi Data Perilaku Belanja <i>Online</i>	89
Tabel 8. Deskripsi Frekuensi Kategorisasi Perilaku Belanja <i>Online</i>	90
Tabel 9. Deskripsi Data Kontrol Diri	104
Tabel 10. Deskripsi Frekuensi Kategorisasi Kontrol Diri	104
Tabel 11. Hasil Uji Korelasi Kontrol Diri dengan Perilaku Belanja <i>Online</i> ..	106

DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 1. Model Perilaku Konsumen <i>Online</i> Turban et al. (2004)	17
Gambar 2. Kerangka Berpikir	67
Gambar 3. Skema Hubungan antarvariabel	72
Gambar 4. Diagram Presentase Belanja <i>Online</i> Responden	88
Gambar 5. Diagram Presentase Belanja <i>Online</i> Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	89
Gambar 6. Distribusi Frekuensi Kategorisasi Perilaku Belanja <i>Online</i>	90
Gambar 7. Diagram Frekuensi Belanja <i>Online</i> Mahasiswa	91
Gambar 8. Grafik Frekuensi Belanja <i>Online</i> Produk <i>Fashion</i>	92
Gambar 9. Grafik Frekuensi Belanja <i>Online</i> Produk Kecantikan	93
Gambar 10. Grafik Frekuensi Belanja <i>Online</i> Produk Kesehatan	94
Gambar 11. Grafik Frekuensi Belanja <i>Online</i> Produk Aksesoris	94
Gambar 12. Grafik Frekuensi Belanja <i>Online</i> Produk Makanan dan Minuman ...	95
Gambar 13. Grafik Frekuensi Belanja <i>Online</i> Produk Elektronik	96
Gambar 14. Grafik Frekuensi Belanja <i>Online</i> Produk <i>Gadget</i> dan Perangkatnya..	97
Gambar 15. Grafik Frekuensi Belanja <i>Online</i> Perangkat Komputer	98
Gambar 16. Grafik Frekuensi Belanja <i>Online</i> Perangkat Komputer	98
Gambar 17. Grafik Frekuensi Belanja <i>Online</i> Barang Kuno	99
Gambar 18. Grafik Frekuensi Belanja <i>Online</i> Properti	99
Gambar 19. Diagram waktu melihat iklan-memesan produk	100
Gambar 20. Diagram waktu transaksi pembayaran	101
Gambar 21. Diagram waktu menunggu produk diterima	101
Gambar 22. Diagram Biaya untuk Belanja <i>Online</i>	102
Gambar 23. Diagram Macam-macam Alasan Belanja <i>Online</i>	103
Gambar 24. Distribusi Frekuensi Kategorisasi Kontrol Diri	105

DAFTAR LAMPIRAN

	Hal
Lampiran 1. Uji Validitas Instrumen Penelitian	120
Lampiran 2. Angket Penelitian	128
Lampiran 3. Data Subjek Penelitian	136
Lampiran 4. Data Hasil Penelitian	140
Lampiran 5. Perhitungan Uji Reliabilitas Kontrol Diri	149
Lampiran 6. Deskripsi Data Kontrol Diri	150
Lampiran 7. Deskripsi Data Perilaku Belanja <i>Online</i>	151
Lampiran 8. Perhitungan Frekuensi Kategorisasi	152
Lampiran 9. Perhitungan Uji Korelasi	153
Lampiran 10. Surat Ijin Penelitian dari Dekan FIP UNY	154
Lampiran 11. Surat Ijin Penelitian dari Dinas Perizinan Kota Yogyakarta	155

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Internet adalah jaringan komunikasi global yang terbuka dan menghubungkan ribuan jaringan komputer, melalui sambungan telepon umum maupun pribadi (Mac Bride, dalam Yuniar Rachdianti, 2011). Internet menyediakan berbagai macam informasi yang bisa diakses dimana saja dan kapan saja. Internet membuat segala sesuatu menjadi lebih mudah dan praktis, bahkan saat ini proses penjualan barang dan jasa telah dilakukan lewat internet melalui toko-toko *online*. Bisnis *online* yang mudah untuk dijalankan dan memberikan banyak keuntungan membuat berbagai pihak tertarik untuk memasarkan produknya melalui internet. Cukup dengan adanya foto produk dan akses internet untuk memasarkannya, usaha ini sudah dapat berjalan (Laohapensang, 2009:502).

Semakin banyaknya jumlah toko *online* yang bermunculan serta penawaran-penawaran produk yang menarik akan mempengaruhi konsumen untuk membeli produk secara *online*, yang sering dikenal dengan belanja *online*. Selain memberikan kemudahan bagi penjualnya, toko *online* juga memberikan kemudahan bagi pembelinya. Pelanggan tidak perlu bergelut dengan lalu lintas, tidak perlu mencari tempat parkir, dan berjalan dari toko ke toko (Kotler & Armstrong, 2001). Pelanggan hanya mencari produk yang diinginkan melalui komputer tanpa bertatap muka langsung dengan penjual. Setelah terjadi kesepakatan dengan penjual, kemudian dilakukan transaksi

pembayaran. Transaksi pembayaran masih dilakukan dengan cara *non-online*, seperti transfer antar bank (Luthfiana, 2014).

Laohapensang (2009: 501) menyatakan bahwa belanja *online* sudah marak sekitar 20 tahun terakhir. Begitu pula peningkatan perilaku belanja *online* di Indonesia, berdasarkan data yang dikutip dari TRIBUNNEWS.COM, JAKARTA – Dari data *Master Card Online Shopping Behavior Study*, pengguna internet Indonesia mempunyai tingkat kepuasan paling tinggi (96 persen) terhadap belanja *online* di antara 14 negara kawasan Asia Pasifik. Hal ini diikuti dengan peningkatan kemungkinan melakukan transaksi *online* sebesar 7,3 persen dibanding tahun lalu. Data tersebut menunjukkan tingginya tingkat kepuasan dalam berbelanja secara *online*.

Pembelian produk secara *online* sangat populer hingga saat ini, tak terkecuali di kalangan mahasiswa. Mahasiswa pada umumnya sedang berada pada usia remaja. Hal ini sesuai dengan pendapat Steinberg (dalam Ika Rizki Ramadhani, 2015) bahwa individu yang memasuki masa kuliah rata-rata berusia 18-21 tahun dan termasuk dalam tahap perkembangan remaja akhir.

Banyaknya produk yang di jual toko-toko *online* menarik perhatian dan minat beli pada mahasiswa sehingga akhirnya memutuskan untuk melakukan pembelian. Karena sebagian besar mahasiswa berada pada usia remaja, mereka cenderung untuk memiliki keingintahuan yang lebih akan hal-hal yang baru sehingga mereka tidak ragu untuk mencobanya (Sholihah dan Kuswardani, , dalam Ni Made Isti Paramita Sari, 2013). Selain itu, remaja biasanya mudah dipengaruhi oleh rayuan iklan, mudah terpengaruh oleh

perubahan, serta cenderung boros dalam menggunakan uangnya (Ni Made Isti Paramita Sari, 2013).

Begitu pula seperti yang terjadi pada mahasiswa asal daerah Belitung yang kuliah di Yogyakarta. Penduduk Belitung terutama remaja, umumnya memiliki perilaku konsumtif yang cukup tinggi karena umumnya UMR (Upah Minimum Regional) penduduk Bangka Belitung berada di kategori yang cukup tinggi, sehingga mereka tidak ragu memenuhi keinginan untuk berbelanja. Seperti dari observasi yang dilakukan bahwa dari beberapa remaja di Belitung, terdapat hasil yang bervariasi dalam berbelanja *online* yaitu ada yang tidak pernah belanja *online*, ada yang berbelanja dengan jumlah sedikit, sedang, bahkan dengan jumlah yang banyak.

Ketika terdapat hal-hal yang baru, mereka tidak ragu untuk mencobanya. Misalnya saja ketika terdapat model pakaian atau jenis makanan baru, mereka memiliki rasa ingin tahu yang besar dan cepat tertarik untuk membelinya. Hal ini menjadi masalah ketika mereka menjadi mahasiswa dan kuliah di luar daerah. Keberadaannya yang jauh dari orang tua, membuat mereka harus mengatur pengeluaran sebaik mungkin karena orang tua tidak bisa memantau secara langsung pengeluaran yang dilakukannya.

Dengan banyaknya iklan-iklan toko *online* yang menawarkan berbagai kemudahan, maka akan menimbulkan keinginan dalam diri mahasiswa untuk membeli produk di toko *online* tersebut. Jika mereka tidak bisa menahan keinginan yang muncul dalam dirinya, maka ia cenderung memanfaatkan uangnya untuk membeli produk yang diinginkan dan belum tentu

dibutuhkannya. Padahal seharusnya mahasiswa dituntut untuk mampu memanfaatkan uang untuk memenuhi kebutuhan pendidikannya.

Pada toko-toko *online* di internet, tersedia berbagai produk yang dapat dibeli oleh konsumen seperti produk kecantikan, makanan, *fashion*, alat-alat elektronik atau *gadget*, dan sebagainya. Produk *fashion* dapat mendukung perubahan identitas diri remaja melalui penampilan seperti yang dinyatakan oleh Purbaningrum (dalam Anisah Qodari Thohiroh, 2015), produk *fashion* merupakan barang-barang yang dihasilkan dari suatu proses produksi baik berupa baju, celana, tas, sepatu, aksesoris lainnya yang dapat menunjang penampilan pemakainya. Namun ketika mereka sudah menjadi seorang mahasiswa, kebutuhannya menjadi semakin berkembang, bukan hanya sekedar *fashion*. Oleh karena itu, toko *online* menjadi sebuah sarana untuk memenuhi kebutuhan mereka yang lain.

Ketika muncul rasa nyaman dan kepuasan setelah membeli produk melalui toko *online* karena berbagai kemudahannya, memungkinkan mahasiswa untuk melakukan pembelian ulang seperti yang diungkapkan oleh Menon dan Kahn dalam Kwek et. al. (dalam Gita Chairun Nisa, 2013), bahwa pengalaman yang menyenangkan atau membangkitkan akan berdampak pada pengalaman berikutnya. Pendapat tersebut sesuai dengan pendapat Haning Dwi Pratiwi (2013), yang menyatakan bahwa “para pengguna toko *online* melihat hal utama salah satunya adalah pemenuhan kebutuhan kepuasan atau kesenangan, ketika sudah masuk pada suatu perasaan kepuasan maka sudah menjadi barang tentu segala sesuatu akan dilakukan untuk memenuhi kebutuhan kepuasan tersebut”. Dari pendapat yang telah dikemukakan,

menunjukkan bahwa rasa kepuasan yang muncul setelah belanja *online* memungkinkan seseorang untuk melakukan pembelian ulang. Selain itu, jika konsumen merasakan ketergantungan terhadap produk toko *online*, maka bisa saja pembelian akan dilakukan secara terus menerus dan akan memberikan dampak yang kurang baik.

Untuk melakukan pembelian barang atau jasa secara *online* seharusnya disertai dengan berbagai pertimbangan. Pembelian seharusnya disesuaikan dengan kebutuhan. Mahasiswa umumnya membeli sesuatu tidak berdasarkan kebutuhan, akan tetapi lebih mengarah pada pemenuhan kebutuhan psikologis. Artinya, berbelanja tidak hanya sekedar untuk mendapatkan produk yang diinginkan, melainkan berbelanja telah menjadi suatu aktivitas yang sifatnya rekreasi untuk mendapatkan kepuasan, berupa motif-motif sosial dan personal (Ekowati, dalam Ni Made Isti Paramita Sari, 2013). Jika pembelian dilakukan atas dasar keinginan, maka dapat menimbulkan perilaku konsumsi yang tinggi karena iklan-iklan produk yang ditawarkan semakin banyak sehingga dorongan dalam diri semakin tinggi untuk membeli produk yang ditawarkan tersebut.

Banyaknya iklan-iklan produk di toko *online* akan lebih mudah menarik minat beli konsumen tanpa memikirkan manfaat dari suatu barang bahkan tidak memperdulikan kebenaran dari iklan yang ditampilkan sehingga rentan terhadap penipuan. Seharusnya sebelum melakukan pembelian, konsumen melakukan survei tentang kebenaran iklan maupun toko *online* sehingga tidak menjadi korban penipuan selanjutnya. Seperti yang dikutip dari JAKARTA, KOMPAS.com - Penggemar belanja melalui *online shop* patut

mewaspadaai aksi penipuan. Salah satu yang menjadi korban adalah Triayu Adfedy Endriyane (22). Ia ditipu setelah tas yang dibeli tak kunjung dikirim, padahal ia telah membayarkan uang Rp. 4,1 juta. Endriyane mengungkapkan, seorang bernama Melda mengundangnya masuk ke sebuah grup *online shop* di *BlackBerry Messenger* (BBM) awal bulan Juli.

Penyebab mahasiswa melakukan pembelian melalui toko *online* bukan hanya dari pengaruh iklan-iklan yang ditawarkan di toko *online*, namun bisa juga dari pengaruh lingkungan sekitar, seperti lingkungan pertemanan. Untuk menjaga eksistensi kelompok pertemanannya, mahasiswa diharuskan untuk menggunakan produk yang sama dengan teman-temannya yang lain. Menurut Shaw (dalam Hotpascaman S., 2010) untuk dapat diterima dan bergabung menjadi anggota kelompok sebaya, seorang remaja harus bisa menjalankan peran dan tingkah laku sesuai dengan harapan dan tuntutan kelompok sebaya. Mahasiswa yang tidak bisa memenuhi harapan dan tuntutan kelompok sebaya memiliki kemungkinan besar untuk ditolak dari kelompok pertemanannya sehingga hal ini akan berpengaruh pada kehidupan sosialnya.

Selain itu, keinginan untuk diterima dan diakui oleh kelompok teman sebaya membuat sebagian remaja merasa tidak berdaya untuk menghadapi tekanan yang datang dari teman-temannya, yang ternyata cukup kuat untuk mendorong remaja melakukan hal yang negatif (Dacey & Kenny, dalam Hotpascaman S., 2010). Jika teman sebayanya membeli produk dari toko *online* dan ia juga harus menggunakan produk yang sama, ia akan berusaha untuk memiliki produk tersebut. Hal ini akan berdampak buruk jika materi atau uang yang dimiliki tidak mendukung keinginan tersebut. Dari pendapat

tersebut maka terdapat kemungkinan mahasiswa yang berusia remaja akan melakukan apapun agar terus diterima oleh kelompoknya meskipun harus melakukan tindakan-tindakan yang negatif atau melanggar norma.

Penyebab lain yang mendorong mahasiswa untuk belanja *online* adalah hanya karena mengikuti tren yang sedang berkembang saat ini. Semakin hari, semakin banyak produk-produk baru yang ditawarkan dari toko-toko *online* sehingga membuat mahasiswa tertarik untuk membeli barang tersebut. Ketika telah mendapatkan suatu produk yang sedang tren dan banyak diminati akan muncul rasa kepuasan tersendiri di dalam dirinya, misalnya produk *fashion* yang semakin berkembang pada saat ini. Para remaja ingin menunjukkan bahwa mereka dapat mengikuti *mode* atau *fashion* yang sedang tren dalam menunjang penampilan mereka dimuka publik (Hurlock, Ni Made Isti Paramita Sari, 2013).

Berdasarkan beberapa penyebab yang telah diuraikan di atas, menunjukkan bahwa mahasiswa yang membeli barang bukan hanya karena memenuhi kebutuhan melainkan keinginan yang muncul dalam dirinya sendiri yang bisa membuat perilaku belanja *online* terjadi secara terus-menerus. Jika keinginan tersebut tidak bisa diatasi maka akan mengakibatkan tingginya intensitas seseorang untuk belanja *online*.

Untuk mengatasi tingginya keinginan untuk belanja *online* yang dilakukan oleh mahasiswa, dibutuhkan kemampuan di dalam dirinya untuk mengatur dan mengarahkan keputusan pembelian. Menurut Ghuftron (dalam Yuniar Rachdianti, 2011), setiap individu memiliki suatu mekanisme yang dapat membantu mengatur dan mengarahkan perilaku yaitu kontrol diri.

Kontrol diri memungkinkan remaja untuk berpikir atau berperilaku yang lebih terarah, dapat menyalurkan dorongan-dorongan perasaan dalam dirinya secara benar dan tidak menyimpang dari norma-norma dan aturan-aturan yang berlaku di lingkungan sekitarnya (Hurlock, 1991). Remaja yang mempunyai kontrol diri yang baik akan mampu mengarahkan keputusan ke arah yang positif dan bermanfaat baik bagi dirinya sendiri maupun orang lain.

Selain itu, melalui kontrol diri mahasiswa mampu menahan keinginan-keinginan yang muncul secara berlebihan dalam diri. Hal ini didukung oleh pendapat yang dikemukakan oleh Thompson (dalam Iga Serpianing Aroma dan Dewi Retno Suminar, 2012) menyatakan bahwa unsur utama yang menjadi poin penting dalam manifestasi kontrol diri ialah keyakinan individu terhadap dirinya dalam mencapai hasil yang diinginkan dengan cara mengendalikan emosi dan dorongan-dorongan dari dalam dirinya. Jika mahasiswa mempunyai kontrol diri yang rendah maka akan membuatnya terdorong untuk sering melakukan pembelian produk secara *online* sehingga mengutamakan keinginan untuk membeli barang tersebut. Sebaliknya, jika kontrol diri yang dimiliki mahasiswa tergolong tinggi, maka akan membuat mereka mengurangi pembelian secara *online* kecuali atas dasar kebutuhan.

Berdasarkan fenomena yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang perilaku belanja *online* pada mahasiswa Belitung yang kuliah di Yogyakarta jika dilihat dari kontrol dirinya.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, maka terdapat beberapa identifikasi masalah, antara lain :

1. Banyaknya produk yang ditawarkan di toko-toko *online* menarik perhatian dan minat beli bahkan menimbulkan rasa ketergantungan pada mahasiswa untuk melakukan belanja *online* secara terus menerus.
2. Mahasiswa Belitung yang kuliah di Yogyakarta, keberadaannya jauh dari orang tua yang tidak bisa mengatur pengeluarannya secara langsung sehingga mereka dituntut untuk mampu memanfaatkan uangnya dengan baik. Padahal tidak semua mahasiswa bisa mengatur pengeluarannya sesuai kebutuhan.
3. Tingginya tingkat kepuasan mahasiswa dalam berbelanja secara *online* akan menyebabkan mereka kurang memikirkan manfaat dari barang yang dibeli sehingga menyebabkan tingginya perilaku konsumtif pada mahasiswa.
4. Untuk menjaga eksistensi kelompok pertemanan, biasanya remaja diharuskan menggunakan produk yang sama dengan teman-temannya, dan ketika ia tidak mampu membeli produk tersebut maka kemungkinan ditolak dari kelompok pertemanannya semakin besar sehingga berpengaruh pada kehidupan sosialnya.
5. Mahasiswa yang berbelanja secara *online* mempunyai kemungkinan besar untuk menjadi korban penipuan toko *online* seperti kasus-kasus yang sudah banyak terjadi sebelumnya.

6. Tekanan-tekanan yang muncul di dalam diri untuk membeli barang di toko-toko *online* tanpa diimbangi oleh materi atau uang yang dimiliki, dapat mendorong mahasiswa untuk melakukan tindakan yang melanggar norma.

C. Batasan Masalah

Permasalahan yang teridentifikasi tidak akan dibahas secara menyeluruh, namun peneliti membatasi penelitian pada permasalahan sebagai berikut:

1. Kemudahan-kemudahan dalam belanja *online* memungkinkan mahasiswa belanja secara terus-menerus.
2. Kontrol diri yang rendah diasumsikan dapat menyebabkan tingginya belanja *online* pada mahasiswa.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana perilaku belanja *online* pada mahasiswa Belitung di Yogyakarta?
2. Bagaimana kontrol diri mahasiswa Belitung di Yogyakarta?
3. Apakah terdapat hubungan antara kontrol diri dengan belanja *online* pada mahasiswa Belitung di Yogyakarta?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan perilaku belanja *online* pada mahasiswa Belitung yang kuliah di Yogyakarta.
2. Mendeskripsikan kontrol diri mahasiswa Belitung yang kuliah di Yogyakarta.
3. Mengetahui hubungan antara kontrol diri dengan belanja *online* pada mahasiswa Belitung yang kuliah di Yogyakarta.

F. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah dapat memberikan informasi mengenai hubungan antara kontrol diri dengan perilaku belanja *online* pada mahasiswa.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini bisa digunakan dan dimanfaatkan oleh berbagai pihak, diantaranya:

a. Bagi Jurusan Bimbingan dan Konseling

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi ilmu pengetahuan bagi pengembangan bidang pribadi dan sosial serta dapat dijadikan referensi penelitian lanjutan dengan topik terkait.

b. Bagi Pendidik

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk memahami perkembangan mahasiswa yang berada pada tahap perkembangan remaja akhir, khususnya dalam bidang pribadi sosial yakni mengenai hubungan antara kontrol diri dengan perilaku belanja *online* pada mahasiswa. Selain itu dapat digunakan sebagai bahan untuk memberikan arahan dan bimbingan kepada mahasiswa yang mengalami permasalahan yang berhubungan dengan kontrol diri yang rendah.

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat digunakan sebagai penambah wawasan dan pengetahuan tentang kontrol diri dan tugas perkembangan remaja, serta gambaran dari para mahasiswa yang belum memiliki kemampuan dalam mengambil keputusan yang tepat dalam berperilaku belanja *online*.

d. Bagi Subjek

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk menentukan keputusan dalam melakukan pembelian secara *online*.

e. Bagi Lingkungan Masyarakat

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pandangan untuk menyikapi dengan bijak terhadap penawaran toko-toko *online* yang semakin banyak bermunculan di internet.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Belanja *Online*

1. Pengertian Belanja *Online*

Belanja *online* adalah kegiatan jual beli atau perdagangan elektronik yang memungkinkan konsumen untuk dapat langsung membeli barang atau jasa dari penjual melalui media internet menggunakan sebuah web browser (Hardiawan, dalam Anisah Qodaryl Thohiroh, 2015). Selain itu, belanja *online* didefinisikan sebagai perilaku mengunjungi toko *online* melalui media internet untuk mencari, menawar atau membeli produk dengan niat membeli dan mendapatkan produk tersebut. Di Indonesia masih terdapat banyak toko *online*, dimana transaksi pembayaran masih dilakukan dengan cara *non-online*, seperti transfer antar bank (Luthfiana, dalam Anisah Qodaryl Thohiroh, 2015).

Belanja *online* via internet, adalah suatu proses pembelian barang atau jasa melalui internet. Sejak kehadiran internet, para pedagang telah berusaha membuat toko *online* dan menjual produk kepada mereka yang sering menjelajahi dunia... (Alfatris, dalam Anisah Qodaryl Thohiroh: 2015).

Belanja *online* biasa juga disebut internet *shopping* atau internet *buying* merupakan proses dari pembelian produk atau jasa melalui internet (Prabowo dan Suwarsi, dalam Gita Chairun Nisa, 2013). Belanja *online* merupakan bagian dari *e-commerce* yang merujuk pada aktivitas bisnis

dengan memanfaatkan teknologi komunikasi seperti internet sebagai mediumnya (Meadows, 2008). Menurut Loekamto (dalam Chacha Andira Sari, 2015), belanja *online* merupakan sarana atau toko untuk menawarkan barang dan jasa lewat internet sehingga pengunjung dapat melihat barang-barang di toko *online*. Sejalan dengan Loekamto, belanja *online* menurut Wicaksono (2010:93) adalah website yang digunakan untuk menjual produk melalui internet dimana perkembangan belanja *online* di Indonesia saat ini cukup pesat.

Pandangan tentang *e-commerce* atau yang sering dikenal dengan *online shopping* atau belanja *online* adalah penggunaan komputer dan internet dengan *Web Browser* untuk membeli dan menjual produk (McLeod dan P. Schell, 2007: 53). Belanja *online* telah menjadi bagian dari manusia modern. Web adalah rakan utama dalam industri dan menciptakan saluran baru bagi para pelanggan. Belanja *online* bergantung pada sumber daya internet dan banyak teknologi informasinya yang mendukung setiap langkah dari proses jual beli (James, 2005 : 380).

Dari beberapa pendapat ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa belanja *online* adalah kegiatan jual beli melalui media internet dengan menggunakan web browser.

2. Aspek-aspek Belanja *Online*

Menurut Rifqi Adi Nugroho (2013), indikator pembelian secara *online* adalah harga, kemenarikan *posting messages*, kepercayaan, reputasi, minat beli dan keputusan pembelian. Sedangkan menurut Magie

(2008:45) aktivitas belanja dapat diukur dari jumlah waktu yang dihabiskan selama berbelanja, frekuensi berbelanja, dan jumlah uang yang dikeluarkan dalam berbelanja.

Gita Chairun Nisa (2013), dalam penelitiannya menyatakan bahwa harga merupakan aspek penting dalam belanja *online*. Individu akan secara aktif mencari dan membeli produk dari internet untuk mendapatkan harga yang lebih rendah, karena harga rendah merupakan alasan utama mengapa pembeli berbelanja di toko *online* (Forrester Research dalam Kim et al, 2000: 689).

Dari beberapa pendapat di atas, disimpulkan aspek yang diukur dalam belanja *online* berdasarkan pendapat Magie (2008:45) yaitu waktu selama belanja, frekuensi belanja, dan jumlah uang yang dikeluarkan untuk berbelanja.

3. Proses Transaksi melalui Toko *Online*

Proses transaksi jual beli yang ada di internet dilakukan dengan memberikan berbagai syarat kepada calon konsumen. Di antaranya adalah memberikan syarat kepada calon konsumen untuk registrasi sebagai anggota. Konsumen yang sudah menjadi anggota, selanjutnya dapat memesan produk. Setelah itu, konsumen membayar produk yang dibeli menggunakan kartu kredit atau melalui transfer bank. Pemilik toko *online* selanjutnya mengirimkan produk tersebut ke konsumen (Wicaksono, dalam Chacha Andira Sari, 2015).

Cara pengiriman sebuah produk sangat tergantung pada jenisnya, apakah produk fisik atau produk digital (Wicaksono, dalam Chacha Andira Sari, 2015).

- a. Untuk produk fisik biasanya dikirimkan ke alamat konsumen melalui layanan pos atau jasa kurir.
- b. Produk digital dengan ukuran file yang relatif kecil dapat dikirimkan melalui *e-mail*. Pengiriman produk digital dengan ukuran file besar dapat disimpan dalam CD/DVD untuk kemudian dikirimkan ke alamat konsumen menggunakan jasa pos.

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa transaksi yang dilakukan untuk belanja *online* yaitu calon konsumen registrasi sebagai anggota kemudian memesan produk dan membayarnya dengan kartu kredit transfer bank dan setelah itu penjual mengirimkan barang ke konsumen.

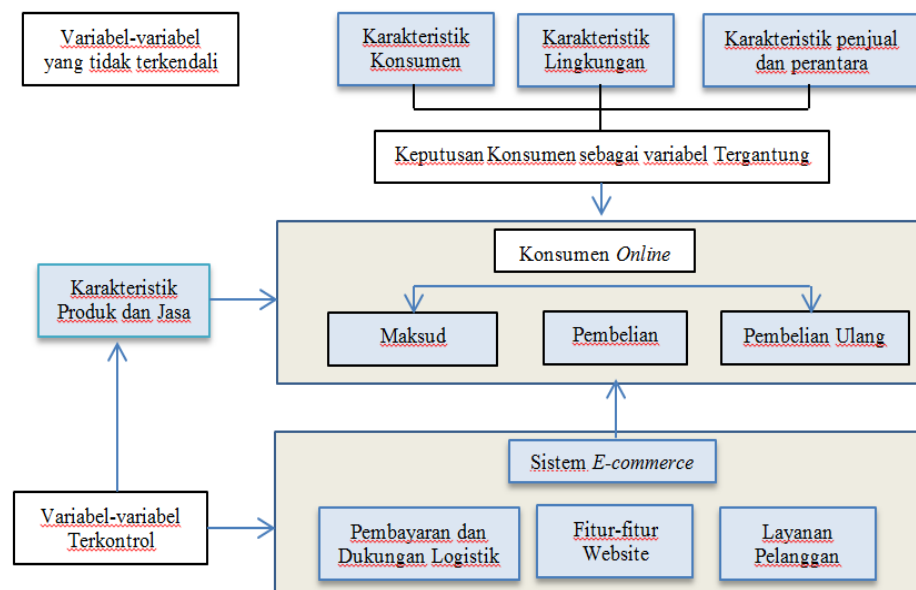
4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Belanja *Online*

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi belanja melalui media internet (Kotler & Amstrong, 2001), yaitu:

- a. Kenyamanan: konsumen tidak perlu bergelut dengan lalu lintas, tidak perlu mencari parkir dan berjalan ke toko.
- b. Kelengkapan Informasi: konsumen dapat berinteraksi dengan situs penjual untuk mencari informasi, produk atau jasa yang benar-benar konsumen inginkan, kemudian memesan atau men-download informasi di tempat.

- c. Waktu: konsumen dapat memeriksa harga dan memesan barang dagangan selama 24 jam sehari dari mana saja.
- d. Kepercayaan konsumen: efek penyesalan dan kekecewaan pembelian terhadap evaluasi pemilihan berikutnya, kejadian-kejadian dan tindakan konsumen yang mengawali perilaku membeli sebenarnya, keamanan pengiriman barang, kerahasiaan data-data pribadi termasuk penggunaan kartu kredit.

Dalam model perilaku konsumen *online* Turban et al. (2004) dalam Adi (2013: 39) menerangkan faktor faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dan prosesnya:



Gambar 1. Model Perilaku Konsumen *Online* Turban et al. (2004)

Model diatas dapat diterangkan sebagai berikut :

- a. Keputusan membeli konsumen secara *online* sebagai variabel tergantung dipengaruhi oleh dua variabel yang tidak dapat dikendalikan sebagai variabel bebas, yaitu:

- 1) Variabel pertama, meliputi karakteristik konsumen, lingkungan serta penjual dan perantara.
 - 2) Variabel kedua, meliputi karakteristik produk/jasa dan sistem dalam *e-commerce*. Kedua variabel bebas yang tidak dapat dikendalikan itu mempengaruhi keputusan membeli konsumen *online*.
- b. Keputusan membeli konsumen meliputi: maksud, pembelian dan pembelian ulang.
 - c. Karakteristik konsumen meliputi: umur, gender, etnik, pendidikan, masalah psikologi, pengetahuan, nilai-nilai yang dianutnya, kepuasan, pengalaman sebelumnya, preferensi, kebiasaan, kepercayaan, sikap, inovasi dan kepribadian.
 - d. Karakteristik lingkungan meliputi: budaya, pengaruh sosial yang bersifat normatif, pengaruh sosial yang bersifat informasional, hukum, institusional, pemerintah, regulasi dan politik
 - e. Karakteristik lingkungan meliputi: budaya, pengaruh sosial yang bersifat normatif, pengaruh sosial yang bersifat informasional, hukum, institusional, pemerintah, regulasi dan politik
 - f. Karakteristik penjual dan perantara meliputi: reputasi merek, kepercayaan, kebijakan dan prosedur, kompensasi dan apology.
 - g. Karakteristik produk atau jasa meliputi: pengetahuan mengenai produk atau jasa, tipe produk atau jasa, ketersediaan produk atau jasa, penyesuaian produk atau jasa, kualitas produk atau jasa, variasi produk

atau jasa, diferensiasi produk atau jasa, frekuensi pembelian, tangibilitas, harga dan merek.

h. Sistem dalam *e-commerce* menyangkut:

- 1) Pembayaran dan dukungan logistik meliputi diantaranya: opsi pembayaran, opsi pengiriman barang, ketepatan dan kecepatan pengiriman pesanan, kondisi barang saat diterima, keamanan dan privasi.
- 2) Fitur website: akurasi, kebaruan, presentasi informasi, kelengkapan, desain yang sederhana, navigasi, konsistensi, mudah digunakan dan mudah diakses.
- 3) Layanan pelanggan : ada FAQ , email dan personalisasi.

Menurut Pavlou dan Gefen (2002) faktor yang sangat penting yang bisa mempengaruhi minat pembelian *online* adalah:

a. Faktor kepercayaan

Faktor kepercayaan menjadi faktor kunci dalam setiap jual beli secara *online*. Hanya pelanggan yang memiliki kepercayaan dan beranilah yang akan melakukan transaksi melalui media internet. Karena itu jika tidak ada landasan kepercayaan antara penjual dan pembeli maka tidak akan terjadi transaksi dalam dunia *e-commerce*, apalagi mengetahui jika produk yang di jual dan di tawarkan oleh penjual merupakan produk yang semu, dalam artian produk yang dijual masih berupa bayangan penjual saja.

b. Reputasi Penjual

Faktor berikutnya yang mempengaruhi minat pembelian konsumen adalah reputasi penjual. Penelitian yang dilakukan Xu dan Yadav (2003) menyatakan bahwa reputasi penjual mempengaruhi minat pembelian *online*. Penjual dengan reputasi yang baik dapat mengurangi kekhawatiran konsumen mengenai pembelian, meningkatkan minat konsumen dan meningkatkan pembelian (Li, Browne & Chau, 2006).

Faktor yang mempengaruhi perilaku membeli menurut Kotler (dalam Anisah Qodari Thohiroh, 2015) terdiri dari:

- a. Kebudayaan yang terdiri dari: budaya, sub budaya dan kelas sosial.
- b. Sosial yang terdiri dari: kelompok acuan, keluarga, peran dan status.
- c. Personal yang terdiri dari: usia dan siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian, dan konsep diri.
- d. Psikologi yang terdiri dari: motivasi, persepsi, proses belajar, proses belajar, kepercayaan dan sikap.

Laohapensang (2009:508) menyatakan bahwa ada tiga faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen pada bisnis toko *online*. Ketiga faktor tersebut adalah sikap (*attitude*), norma subyektif (*subjective norm*) dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*).

Dari beberapa pendapat ahli di atas, faktor yang mempengaruhi belanja *online* merujuk pada pendapat Kotler & Amstrong (2001); Hawkins, Mothersbaugh & Best (2007) yaitu kenyamanan, kelengkapan informasi, waktu, kepercayaan konsumen.

5. Kelebihan Belanja *Online*

Ada beberapa alasan kenapa konsumen lebih memilih belanja *online* daripada belanja *offline* (Ollie, dalam Suhartini dan Toto Rahardjo, 2010) yaitu:

a. Waktu

Konsumen lebih memilih belanja *online* dikarenakan waktu yang dipakai relatif sedikit daripada belanja secara *offline* yang membutuhkan waktu yang relatif lama dan ditoko *online* barang yang dijual biasanya sudah disertakan spesifikasi barang yang sangat lengkap.

b. Ketersediaan barang dipasaran

Ada kalanya sebuah barang yang konsumen cari sangat sulit didapatkan di tempat tinggal konsumen. Namun di toko *online* memungkinkan konsumen untuk menemukan barang yang sedang dicari atau diinginkannya.

c. Harga

Di beberapa toko *online*, harga bisa lebih murah dibandingkan harga yang ada di toko *offline*. Chang (2009), harga termasuk salah satu faktor yang berhubungan positif dan signifikan terhadap minat pembelian konsumen via *online*.

Ada beberapa keunggulan / alasan kenapa konsumen lebih memilih belanja *online* dari pada belanja secara *offline* (Rifqi Nugroho, 2013) yaitu:

a. Mudah

Mudah karena dapat dilakukan di mana saja & kapan saja, melalui perangkat komputer di mana saja yang terkoneksi dengan internet, termasuk dari perangkat *mobile* pribadi. Mudah karena tinggal masuk ke web, pilih produk, baca deskripsi produk, klik beli, pilih cara pembayaran, dan tunggu barang diantar.

b. Murah

Alasan lain adalah belanja lewat *online* lebih murah. Ini karena biaya untuk menjual produk di internet lebih murah sehingga secara *fair* konsumen juga berhak atas biaya yang lebih murah jika dibandingkan dengan harga di pasar *offline*. Bahkan bila harga barang di *online* sama dengan harga di offline itupun masih bisa dihitung lebih murah karena ada beberapa komponen biaya lain yang sebenarnya tidak perlu dikeluarkan seperti biaya bensin, parkir, toll, makan, dll.

c. Praktis

Praktis karena tidak perlu mendorong *trolley*, tidak perlu antri di kasir, dan tidak perlu marah-marah dengan layanan SPG yang lama dan tidak memuaskan. Belanja *online* bisa dilakukan di mana saja, kapan saja, dengan alamat pengirimanyang boleh ditentukan sendiri misalnya untuk ke rumah sendiri, ke kantor atau ke rumah teman atau saudara misalnya untuk kado.

d. Efisien

Konsumen tidak perlu berlama-lama menghabiskan waktu mencari produk yang di butuhkan. Waktu menjadi lebih efisien dari pada harus berjam-jam menembus kemacetan lalu lintas.

e. Modern

Solusi berbelanja lewat *online* adalah gaya hidup manusia modern yang menyukai kepercayaan, kepraktisan, efisien, kemudahan, dan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dan komputer. Konsumen seperti ini umumnya adalah kelas menengah dan atas tidak peduli siapapun mereka orang tua, ibu rumah tangga, karyawan, pelajar /mahasiswa, profesional, atau pengusaha, adalah orang-orang dengan pemikiran modern dan percaya bahwa belanja tidak harus bertatap muka dengan penjual atau melihat barang secara langsung karena percaya bahwa integritas adalah sesuatu yang harus dijunjung tinggi.

f. Pribadi

Dunia belanja *online* sangat menghargai hal-hal yang bersifat pribadi. Mulai dari data pribadi yang tidak akan dibagikan ke siapapun hingga kebutuhan produk yang di beli. Dengan belanja lewat internet konsumen tidak perlu sungkan atau tidak enak hati dilihat orang lain atau ketahuan dalam membeli produk tersebut.

g. Nyaman

Alasan lain adalah kenyamanan dan tidak perlu merasa terganggu dengan situasi keramaian di *offline store*. Konsumen bahkan dapat membeli produk dengan jumlah berapapun. Bahkan untuk jumlah sedikit pun bisa dilayani via *online*. Untuk kenyamanan konsumen tersedia pula pilihan pembayaran misalnya dengan COD (bayar di tempat), transfer bank, atau kartu kredit.

h. Fokus

Pada umumnya semua orang akan lapar mata ketika sedang berbelanja atau merasa tidak enak atau malu atau tidak nyaman ketika ketika hanya membeli sedikit produk dan harus mengantri panjang di kasir. Dengan belanja via *online* konsumen bisa meluruskan niat dan fokus hanya target produk yang akan di beli dan di butuhkan saat ini saja. Tidak perlu menumpuk stok atau membeli sesuatu yang belum di butuhkan sekarang.

i. Tanpa Batas

Tidak ada batas apapun terutama dalam hal jarak ataupun waktu. Toko *online* melayani dalam 24 jam sehari, 7 hari seminggu, dan 365 hari setahun. Konsumen bisa membeli produk di manapun dan kapanpun asalkan harganya cocok sesuai dengan kondisi keuangan pribadi.

Kelebihan belanja *online* adalah selain pembeli bisa melihat desain produk yang sudah ada konsumen juga bisa memesan desain hingga

pembayaran secara *online* (Ollie, dalam Suhartini dan Toto Rahardjo, 2010).

Menurut Wicaksono (dalam Chacha Andira Sari, 2015) kelebihan toko *online* dibandingkan toko konvensional adalah :

- a. Modal untuk membuka toko *online* relatif kecil,
- b. Tingginya biaya operasional sebuah toko konvensional,
- c. Toko *online* buka 24 jam dan dapat diakses dimana saja.
- d. Konsumen dapat mencari dan melihat katalog produk dengan lebih cepat.
- e. Konsumen dapat mengakses beberapa toko *online* dalam waktu bersamaan.

Dari beberapa pendapat para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa kelebihan dari belanja secara *online* adalah mudah, harga lebih murah, praktis, efisien, modern, bersifat pribadi, nyaman, fokus dengan barang yang akan dibeli, dan tanpa batas waktu.

6. Kekurangan Belanja *Online*

Menurut Susrini (dalam Chacha Andira Sari, 2015) terdapat kekurangan dalam berbelanja online yaitu aktivitas toko *online* yang dilakukan tidak melalui *online* misalnya pengiriman barang, tentu harus dilakukan secara manual dan biasanya biaya pengiriman dibebankan pada konsumen.

Di dalam berbelanja *online* terdapat kekurangan dalam hal ketidakpastian. Grabner-Krauter (2002) mengklasifikasikan ketidakpastian di dalam belanja *online*, yaitu:

- a. Ketidakpastian sistem, dimana disebabkan oleh masalah pengamanan dan teknis dalam sistem.
- b. Ketidakpastian transaksi yang mana dijelaskan oleh informasi yang tidak berhubungan mengenai proses transaksi tersebut.

Selain itu, menurut Salomon (2011: 384) di dalam sistem belanja *online* masih terdapat keterbatasan bagi konsumen yaitu:

- a. Kurangnya sistem keamanan
- b. Penipuan
- c. Tidak dapat memegang secara langsung barang yang ditawarkan
- d. Warna asli tidak serupa dengan warna yang ditampilkan oleh layar monitor komputer
- e. Biaya tinggi dalam pemesanan dan pengembalian
- f. Berpotensi menghancurkan hubungan antar sesama

Berdasarkan pendapat dari beberapa ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa kekurangan dalam belanja secara *online* yaitu adanya ketidakpastian dan biaya pengiriman yang dibebankan kepada konsumen serta rentan terhadap penipuan.

7. Manfaat Belanja *Online*

Manfaat belanja *online* untuk pembeli atau konsumen adalah sebagai berikut (Ollie, dalam Suhartini dan Toto Rahardjo, 2010):

a. Kemudahan

Pelanggan dapat memesan produk 24 jam sehari dimana mereka berada. Mereka tidak harus berkendara, mencari tempat parkir, dan berbelanja melewati gang yang panjang untuk mencari dan memeriksa barang-barang serta mereka tidak harus berkendara ke toko, hanya untuk menemukan bahwa barang yang dicari sudah habis.

b. Informasi

Pelanggan dapat memperoleh setumpuk informasi komparatif tentang perusahaan, produk, dan pesaing tanpa meninggalkan kantor atau rumah mereka.

c. Tingkat keterpaksaan yang lebih sedikit

Pelanggan tidak perlu menghadapi atau melayani bujukan dan faktor-faktor emosional.

Manfaat berbelanja di toko *online* bagi pembeli adalah sebagai berikut (Juju & Maya, dalam Suhartini dan Toto Rahardjo, 2010):

a. Menghemat biaya, apalagi jika barang yang ingin dibeli hanya ada di luar kota. Pembeli tidak harus mengeluarkan biaya lebih untuk mencari barang tersebut di luar kota.

b. Barang bisa langsung diantar ke rumah.

- c. Pembayaran dilakukan secara transfer, maka transaksi pembayaran akan lebih aman.
- d. Harga lebih bersaing. Belanja *online* memberikan beragam kemudahan bagi konsumennya diantaranya adalah adanya penghematan biaya, barang bisa langsung diantar ke rumah, pembayaran dilakukan secara transfer, dan harga lebih bersaing.

Ollie (dalam Suhartini dan Toto Rahardjo, 2010) menyebutkan bahwa manfaat dari belanja melalui *online* adalah memberikan kemudahan karena pelanggan dapat memesan produk dalam waktu 24 jam sehari di manapun berada sehingga tidak perlu ribet; adanya kejelasan informasi karena pelanggan dapat memperoleh beragam informasi komparatif tentang perusahaan, produk dan pesaing tanpa meninggalkan pekerjaan yang dilakukan oleh pelanggan; dan tingkat keterpaksaan yang lebih sedikit karena pelanggan tidak perlu menghadapi atau melayani bujukan dari faktor-faktor emosional.

Berdasarkan beberapa pendapat ahli yang telah diuraikan di atas, dapat disimpulkan manfaat dari belanja *online* adalah kemudahan berbelanja, informasi yang lengkap, dan lebih sedikit keterpaksaan.

B. Kontrol Diri

1. Pengertian Kontrol Diri

Calhoun dan Acocella (dalam Galih Fajar Fadillah, 2013) mendefinisikan kontrol diri sebagai pengaturan proses-proses fisik,

psikologis, dan perilaku seseorang, dengan kata lain serangkaian proses yang membentuk dirinya sendiri. Sementara itu, Goldfried dan Merbaum (dalam Galih Fajar Fadillah, 2013) mendefinisikan kontrol diri sebagai suatu kemampuan untuk menyusun, membimbing, mengatur, dan mengarahkan bentuk perilaku yang dapat membawa individu ke arah konsekuensi positif. Kontrol diri juga menggambarkan keputusan individu yang melalui pertimbangan kognitif untuk menyatukan perilaku yang telah disusun untuk meningkatkan hasil dan tujuan tertentu seperti yang diinginkan.

Program Meditasi Indonesia (dalam Yuniar Rachdianti, 2011) menyatakan kontrol diri merupakan salah satu aspek psikologi yang selalu berkembang sejak kanak-kanak hingga dewasa. Synder dan Gangestad (1986) mengatakan bahwa konsep mengenai kontrol diri secara langsung sangat relevan untuk melihat hubungan antara pribadi dengan lingkungan masyarakat dalam mengatur kesan masyarakat yang sesuai dengan isyarat situasional dalam bersikap dan berpendirian yang efektif. Kontrol diri memungkinkan seseorang untuk berpikir atau berperilaku yang lebih terarah, dapat menyalurkan dorongan-dorongan perasaan dalam dirinya secara benar dan tidak menyimpang dari norma-norma dan aturan-aturan yang berlaku di lingkungan sekitarnya (Hurlock, 1991).

Selain itu, Kazdin (dalam Galih Fajar Fadillah, 2013) berpendapat bahwa *“self control usually refers to those behaviour that a person deliberately undertakes to achive self selected outcome”*. Kontrol diri

sering digunakan individu untuk melakukan suatu tindakan secara sengaja atas keinginan pribadinya untuk memperoleh kesuksesan yang mereka kehendaki. Sejalan dengan pendapat tersebut, Ronen (dalam Galih Fajar Fadillah, 2013) menjabarkan bahwa, kendali diri bisa diartikan sebagai proses yang terjadi ketika dalam situasi tanpa batasan dari lingkungan eksternal anak melakukan suatu jenis perilaku yang sebelumnya sedikit tidak mungkin muncul dibandingkan perilaku alternatif lainnya. Dapat pula diartikan sebagai proses yang dilakukan individu atas dasar kemauan dan pemikiran yang mereka miliki. Dengan kata lain, individu dapat memunculkan suatu perilaku positif ketika situasi yang ada memungkinkannya memunculkan perilaku yang negatif (Safaria, 2004:109).

Kontrol diri dapat pula diartikan sebagai “perbuatan membina tekad untuk mendisiplinkan kemauan, memacu semangat, mengikis keseganan dan mengarahkan energi untuk benar-benar melaksanakan apa yang harus dikerjakan dalam studi” (The Liang Gie, dalam Galih Fajar Fadillah, 2013). Kontrol diri dijabarkan sebagai “kemampuan seseorang melakukan pertimbangan-pertimbangan terlebih dahulu sebelum memutuskan sesuatu dengan mendisiplinkan kemauan atau dorongan-dorongan dalam diri seseorang, serta menahan diri dengan sadar untuk bertindak guna mencapai hasil dan tujuan sesuai yang diinginkan” (Nur Khasanah, 2009: 16).

Kontrol diri diartikan sebagai mengatur sendiri tingkah laku yang dimiliki (Kartono dan Gulo, 2003). Ditambahkan lagi oleh Chaplin (2005), kontrol diri adalah kemampuan untuk membimbing tingkah laku sendiri dan kemampuan untuk menekan atau merintangi impuls-impuls atau tingkah laku impulsif. Sedangkan Lazarus dalam Hermanto (dalam Galih Fajar Fadillah, 2013) menjelaskan bahwa kontrol diri menggambarkan keputusan individu melalui pertimbangan kognitifnya untuk menyatakan perilaku yang telah disusun untuk meningkatkan hasil dan tujuan tertentu seperti apa yang dikehendaki.

M. Nur Ghufon Dan Rini Risnawita (2014: 25-26) mengartikan kontrol diri sebagai suatu aktivitas pengendalian tingkah laku. Pengendalian tingkah laku mengandung makna, yaitu melakukan pertimbangan-pertimbangan terlebih dahulu sebelum memutuskan sesuatu untuk bertindak. Semakin tinggi kontrol diri semakin intens pengendalian terhadap tingkah laku. Selain itu, Mahoney dan Thoresen dalam Robert (dalam M. Nur Ghufon & Rini Risnawita S., 2014), menyatakan kontrol diri merupakan jalinan yang secara utuh (*integrative*) yang dilakukan individu terhadap lingkungannya.

Menurut Berk (dalam Singgih D. Gunarsa, 2009), kontrol diri adalah kemampuan untuk menahan keinginan atau dorongan sesaat yang bertentangan dengan tingkah laku yang tidak sesuai dengan norma sosial. Ditambahkan oleh Messina & Messina (dalam Singgih D. Gunarsa, 2009) bahwa kontrol diri adalah seperangkat tingkah laku yang berfokus pada

keberhasilan mengubah diri pribadi, keberhasilan menangkal pengrusakan diri (*self-destructive*), perasaan mampu pada diri sendiri, perasaan mandiri (*autonomy*) atau bebas dari pengaruh orang lain, kebebasan menentukan tujuan, kemampuan untuk memisahkan perasaan dan pikiran rasional, serta seperangkat tingkah laku yang terfokus pada tanggung jawab atas diri pribadi.

Dari beberapa pengertian yang telah diuraikan di atas, dapat disimpulkan bahwa kontrol diri adalah kemampuan seseorang untuk mengatur, mengendalikan, dan mengarahkan tingkah laku atau keputusan ke arah yang positif.

2. Perkembangan Kontrol Diri

Vasta dkk. (dalam M. Nur Ghufon & Rini Risnawita S., 20) mengungkapkan bahwa perilaku anak pertama kali dikendalikan oleh kekuatan eksternal. Secara perlahan-lahan kontrol eksternal tersebut diinternalisasikan menjadi kontrol internal. Menurut Calhoun dan Acocella (dalam Galih Fajar Fadillah, 2013), langkah penting dalam perkembangan bayi adalah proses belajar melalui kondisioning klasikal. Orang tua mempunyai nilai yang tinggi karena bayi secara instingtif mengasosiasikan orang tuanya sebagai stimulus yang menyenangkan, seperti makanan, kehangatan, dan pengasuhan.

Menurut Kopp (dalam M. Nur Ghufon & Rini Risnawita S., 2014), bayi mempunyai kontrol terhadap perilakunya yang bersifat refleks,

segera setelah dilahirkan. Misalnya, bayi secara refleks memejamkan mata sebagai respons terhadap cahaya terang.

Kontrol diri akan muncul pada tahun ketiga ketika anak sudah mulai menolak segala sesuatu yang dilakukan untuknya dan menyatakan keinginannya untuk melakukan sendiri (R. Vasta dkk., dalam M. Nur Ghufon & Rini Risnawita S., 2014). Kontrol eksternal pada awalnya didapatkan anak melalui instruksi verbal dari orang tuanya. Pada usia ini dilakukannya sendiri dengan meniru perintah yang sama untuk dirinya sendiri. Anak akan menginternalisasikan kontrol mengarahkan perilakunya dengan diam-diam melalui pikiran, tanpa banyak bicara.

Setelah tiga tahun kontrol diri menjadi lebih terperinci dari pengalaman (R. Vasta dkk., dalam M. Nur Ghufon & Rini Risnawita S., 2014). Anak mengembangkan strategi untuk menekan godaan yang dialaminya setiap hari. Mereka harus belajar menolak gangguan sewaktu melakukan pekerjaan dan menunda hadiah langsung yang menarik untuk memperoleh hadiah lebih besar atau lebih penting belakangan (Mussen dkk., dalam M. Nur Ghufon & Rini Risnawita S., 2014).

Pada remaja kemampuan mengontrol diri berkembang seiring dengan kematangan emosi. Remaja dikatakan sudah mencapai kematangan emosi bila pada akhir masa remajanya tidak meledak emosinya di hadapan orang lain. Akan tetapi, menunggu saat dan tempat yang lebih tepat untuk mengungkapkan emosinya dengan cara-cara yang lebih diterima (Hurlock, 1973). Berdasarkan teori Piaget, remaja telah mencapai tahap pelaksanaan

formal dalam kemampuan kognitif (Hurlock, dalam M. Nur Ghufon & Rini Risnawita S., 2014). Oleh karena itu, remaja mampu mempertimbangkan suatu kemungkinan untuk menyelesaikan suatu masalah dan mempertanggungjawabkannya.

Dari penjelasan yang telah diuraikan di atas, dapat disimpulkan bahwa kontrol diri anak pertama kali dikendalikan oleh kekuatan eksternal yang diperoleh melalui instruksi verbal dari orang tuanya. Kontrol diri anak akan muncul pada tahun ketiga yang kemudian berkembang seiring dengan bertambahnya usia. Namun ketika remaja, kemampuan mengontrol diri berkembang seiring dengan kematangan emosi.

3. Aspek-aspek Kontrol Diri

Averill (dalam Ghufon, 2003), menyebut kontrol diri dengan sebutan kontrol personal yaitu kontrol perilaku (*behaviour control*), kontrol kognitif (*kognitif control*), dan mengontrol keputusan (*decisional control*).

a. Kontrol perilaku (*Behaviour control*)

Kontrol perilaku merupakan kesiapan tersedianya suatu respon yang dapat secara langsung memengaruhi atau memodifikasi suatu keadaan yang tidak menyenangkan. Kemampuan mengontrol perilaku ini diperinci menjadi dua komponen, yaitu:

1) Kemampuan mengatur pelaksanaan (*regulated administration*).

Kemampuan mengatur pelaksanaan merupakan kemampuan individu untuk menentukan siapa yang mengendalikan situasi atau

keadaan. Apakah dirinya sendiri atau aturan perilaku dengan menggunakan kemampuan dirinya dan bila tidak mampu individu akan menggunakan sumber eksternal.

2) Kemampuan mengatur stimulus (*stimulus modifiability*).

Kemampuan mengatur stimulus merupakan kemampuan untuk mengetahui bagaimana dan kapan suatu stimulus yang tidak dikehendaki dihadapi. Ada beberapa cara yang dapat digunakan yaitu mencegah atau menjauhi stimulus, menempatkan tenggang waktu di antara rangkaian stimulus yang sedang berlangsung, menghentikan stimulus sebelum waktunya berakhir, dan membatasi intensitasnya.

b. Kontrol kognitif (*Cognitive control*)

Kontrol kognitif merupakan kemampuan individu dalam mengolah informasi yang tidak diinginkan dengan cara menginterpretasi, menilai, atau menghubungkan suatu kejadian dalam suatu kerangka kognitif sebagai adaptasi psikologis atau mengurangi tekanan. Aspek ini terdiri atas dua komponen yaitu:

1) Memperoleh informasi (*information gain*).

Dengan informasi yang dimiliki oleh individu mengenai suatu keadaan yang tidak menyenangkan, individu dapat mengantisipasi keadaan tersebut dengan berbagai pertimbangan.

2) Melakukan penilaian (*appraisal*).

Melakukan penilaian berarti individu berusaha menilai dan menafsirkan suatu keadaan atau peristiwa dengan cara memerhatikan segi-segi positif secara subjektif.

c. Mengontrol keputusan (*Decisional control*)

Mengontrol keputusan merupakan kemampuan seseorang untuk memilih hasil atau suatu tindakan berdasarkan pada sesuatu yang diyakini atau disetujuinya. Kontrol diri dalam menentukan pilihan akan berfungsi, baik dengan adanya suatu kesempatan, kebebasan, atau kemungkinan pada diri individu untuk memilih berbagai kemungkinan tindakan.

Di dalam kontrol diri terdapat 3 komponen (Elliot dkk., dalam Galih Fajar Fadillah, 2013) yaitu:

a. *Self-assesment or self analysis*

Seseorang menguji perilaku mereka sendiri atau pikiran yang mereka miliki kemudian menentukan perilaku atau proses berpikir yang mana yang akan ditampilkan. Penilaian diri ini membantu individu untuk memenuhi standar yang mereka ciptakan sendiri dengan membandingkan keberhasilan atau kesuksesan orang dewasa disekitarnya atau teman sebaya. Dengan melakukan penilaian diri, individu akan mengetahui kelemahan serta kelebihan yang mereka miliki dan berusaha untuk memperbaikinya agar memenuhi standar yang mereka ciptakan.

b. *Self-monitoring*

Self-monitoring dapat diartikan sebagai suatu proses di mana seseorang merekam atau mencatat penampilan mereka atau menyimpan sebuah rekaman atau catatan dari apa yang telah mereka lakukan. Alasan untuk melakukan pencatatan itu adalah pertama, catatan itu akan memberitahukan apakah kendali diri dapat memberikan manfaat atau tidak. Kedua, catatan tersebut akan berguna dalam memberikan balikan yang positif ketika seseorang mengalami peningkatan (McFall, 1997 dalam Calhoun dan Acocella, 1990:175).

c. *Self-reinforcement*

Self-reinforcement adalah pemberian penghargaan atau hadiah kepada diri sendiri atas keberhasilannya dalam memenuhi segala bentuk perilaku yang telah ditetapkannya atau termonitorir. Penggunaan pengukuhan diri bisa dalam bentuk konkrit, seperti makanan, mainan, permen dan bisa pula berupa simbolis, seperti senyum, pujian, dan persetujuan. Pengukuhan diri positif akan membantu anak mengubah gambaran dirinya menjadi lebih positif yang pada akhirnya akan meningkatkan kepercayaan diri anak (Safaria, 2004:92).

Aspek lain yang terdapat dalam kontrol diri seseorang meliputi kendali emosi, pikiran dan mental (Roy Sembel, dalam Galih Fajar Fadillah, 2013). Ketiga aspek tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Kendali emosi

Seseorang dengan kendali emosi yang baik, cenderung akan memiliki kendali pikiran dan fisik yang baik pula.

b. Kendali pikiran

Jika belum apa-apa sudah berpikir gagal, maka semua tindakan akan mengarah pada terjadinya kegagalan. Jika berpikir bahwa sesuatu pekerjaan tidak mungkin dilakukan, maka akan berhenti berpikir untuk mencari solusi.

c. Kendali fisik

Kondisi badan yang fit merupakan salah satu faktor kunci dalam menunjukkan kemampuan kita berfungsi dengan optimal.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa aspek-aspek kontrol diri dalam penelitian ini berdasarkan pada aspek yang dikemukakan oleh Averill (dalam Ghufon, 2003) yaitu kontrol perilaku, kontrol kognitif, dan kontrol keputusan.

4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kontrol Diri

Faktor yang mempengaruhi kontrol diri menurut M. Nur Ghufon dan Rini Risnawita (2014) terdiri dari dua faktor yaitu faktor internal (dari diri individu) dan faktor eksternal (lingkungan individu).

a. Faktor internal

Faktor internal yang ikut andil terhadap kontrol diri adalah usia. Semakin bertambah usia seseorang, maka semakin baik kemampuan mengontrol diri seseorang itu. Dengan demikian faktor ini

sangat membantu individu untuk memantau dan mencatat perilakunya sendiri dengan pola hidup dan berfikir yang lebih baik lagi. Hal ini berkaitan dengan faktor kognitif kemasakan kognitif yang terjadi selama masa pra sekolah dan masa kanak-kanak secara bertahap dapat meningkatkan kapasitas individu untuk membuat pertimbangan sosial dan mengontrol perilaku individu tersebut.

b. Faktor eksternal

Faktor eksternal ini diantaranya adalah lingkungan keluarga (Hurlock, 1973). Lingkungan keluarga terutama orang tua menentukan bagaimana kemampuan mengontrol diri seseorang. Sebagai orang tua kita dianjurkan menerapkan sikap disiplin terhadap anak sejak dini. Dengan mengajarkan sikap disiplin terhadap anak, pada akhirnya mereka akan membentuk kepribadian yang baik dan juga dapat mengendalikan perilaku mereka. Individu tidak dilahirkan dalam konsep yang benar dan salah atau dalam suatu pemahaman tentang perilaku yang diperbolehkan dan dilarang. (Ghufron, 2010: 32).

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kontrol dipengaruhi oleh faktor internal yaitu usia, dan faktor eksternal yaitu lingkungan keluarga.

5. Jenis-jenis Kontrol Diri

Menurut Block and Block (dalam M. Nur Ghufron & Rini Risnawita S., 2014) ada tiga jenis kualitas kontrol diri yaitu sebagai berikut:

a. *Over control*

Merupakan kontrol diri yang dilakukan oleh individu secara berlebihan yang menyebabkan individu banyak menahan diri dalam bereaksi terhadap stimulus.

b. *Under control*

Merupakan suatu kecendrungan individu untuk melepaskan impulsivitas dengan bebas tanpa perhitungan yang masak.

c. *Appropriate control*

Merupakan kontrol individu dalam upaya mengendalikan impuls secara tepat.

Rosenbaum (dalam Galih Fajar Fadillah, 2013) mengembangkan model kontrol diri bagi orang dewasa ke dalam tiga tipe kendali diri yaitu:

a. Tipe redresif

Kontrol diri tipe redresif berfokus pada fungsi untuk mengoreksi proses kontrol diri. Kontrol diri tipe redresif ini berusaha untuk menghilangkan keadaan mengganggu yang sedang dialami oleh individu.

b. Tipe reformatif

Kontrol diri tipe reformatif memiliki fokus pada hasil jangka panjang, dengan tujuan untuk mencegah timbulnya masalah pada masa depan anak (preventif). Kontrol diri reformatif memberikan tekanan kepada konseli untuk menahan diri dari kenikmatan sesaat dan ketabahan menghadapi dalam stres.

c. Kontrol diri tipe eksperensial

Pada tipe kontrol diri eksperensial, individu diarahkan kepada penerimaan dan pembukaan dirinya untuk bersedia membuka diri terhadap pengalaman-pengalaman baru. Rosenbaum (dalam Safaria, 2004:118) mendefinisikan kendali diri eksperensial ini sebagai kemampuan individu untuk menjadi sensitif dan menyadari perasaan-perasaannya dan penghayatan akan stimulasi dari lingkungan yang spesifik. Ronen dalam (Saffari, 2004:108) menambahkan, metode yang digunakan untuk kendali diri tipe eksperensial adalah relaksasi, hipnotis, mendengarkan musik, melukis, bercocok tanam, memelihara binatang, atau menikmati hubungan sosial.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan jenis-jenis kontrol diri sesuai dengan pendapat Block and Block (dalam Lazarus, 1976) yaitu *over control*, *under control* dan *appropriate control*.

6. Ciri-ciri Kontrol Diri yang Tinggi

Menurut Logue & Forzano (dalam Iga Serpianing Aroma dan Dewi Retno Suminar, 2012) beberapa ciri-ciri seorang yang mampu memiliki kontrol tinggi diri adalah sebagai berikut:

- a. Tekun dan tetap bertahan dengan tugas yang harus dikerjakan, walaupun menghadapi banyak hambatan.
- b. Dapat mengubah perilaku menyesuaikan dengan aturan dan norma yang berlaku dimana ia berada.
- c. Tidak menunjukkan perilaku yang emosional atau meledak-ledak.

- d. Bersifat toleran atau dapat menyesuaikan diri terhadap situasi yang tidak dikehendaki.

Thompson (dalam Smet, 1994) mengatakan bahwa seseorang merasa memiliki kontrol diri ketika mereka mampu mengenal apa yang dapat dan tidak dapat dipengaruhi lewat tindakan pribadi dalam sebuah situasi, ketika mereka memfokuskan pada bagian yang dapat dikontrol lewat tindakan pribadi, dan ketika mereka yakin bahwa mereka memiliki kemampuan agar supaya berperilaku dengan sukses.

Menurut Mahoney dan Thoresen dalam Robert (1975), individu dengan kontrol diri tinggi sangat memerhatikan cara-cara yang tepat untuk berperilaku dalam situasi yang bervariasi. Individu cenderung akan mengubah perilakunya sesuai dengan permintaan situasi sosial yang kemudian dapat mengatur kesan yang dibuat perilakunya lebih responsif terhadap petunjuk situasional, lebih fleksibel, berusaha untuk memperlancar interaksi sosial, bersikap hangat, dan terbuka.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa ciri-ciri kontrol diri yang tinggi adalah tekun mengerjakan tugas, mengubah perilaku sesuai aturan dan norma, tidak menunjukkan perilaku emosional, dan toleran.

7. Dampak Kontrol Diri yang Rendah

Gottfredson dan Hirschi (dalam Iga Serpianing Aroma dan Dewi Retno Suminar, 2012) menyatakan bahwa individu yang memiliki kontrol diri rendah cenderung bertindak impulsif, lebih memilih tugas sederhana dan melibatkan kemampuan fisik, egois, senang mengambil

resiko, dan mudah kehilangan kendali emosi karena mudah frustrasi. Individu dengan karakteristik ini lebih mungkin terlibat dalam hal kriminal dan perbuatan menyimpang daripada mereka yang memiliki tingkat kontrol diri yang tinggi. Pendapat tersebut sesuai dengan pendapat Travis Hirschi dan Gottfredson (1990) yang mengembangkan “*The General Theory Of Crime*” atau yang lebih dikenal dengan “*Low Self Control Theory*”. Teori ini menjelaskan bahwa perilaku kriminal dapat dilihat melalui *single-dimension* yakni kontrol diri (*self control*). Individu dengan kontrol diri yang rendah memiliki kecenderungan untuk menjadi impulsif, senang berperilaku beresiko, dan berpikiran sempit.

Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa kontrol diri yang rendah memungkinkan seseorang untuk melakukan perbuatan menyimpang.

C. Remaja

1. Pengertian Remaja

Istilah remaja berasal dari bahasa Inggris ‘*Adolescence*’ yang berarti tumbuh menjadi dewasa atau perkembangan menuju kematangan (Sebald, dalam Lina Marliyah, dkk., 2004). *Adolescence* merupakan suatu perubahan transisi antara masa anak-anak dan masa dewasa dan pada umumnya dimulai sekitar umur 12 atau 13 tahun dan diakhiri pada umur awal 20-an (Papalia & Olds, dalam Lina Marliyah, dkk., 2004). Pendapat tersebut sesuai dengan pendapat Golinko (dalam Yudrik Jahja , 2013)

bahwa kata “remaja” berasal dari bahasa Latin yaitu *adolescence* yang berarti *to grow* atau *to grow maturity*.

Perkembangan lebih lanjut, istilah *adolescence* sesungguhnya memiliki arti yang luas, mencakup kematangan mental, emosional, sosial, dan fisik (Hurlock, dalam M. Ali dan M. Arsori, 2012). Pandangan ini didukung oleh Piaget (dalam M. Ali dan M. Arsori, 2012) yang mengatakan bahwa secara psikologis, remaja adalah suatu usia dimana individu menjadi terintegrasi ke dalam masyarakat dewasa, suatu usia dimana anak tidak merasa bahwa dirinya berada di bawah tingkat orang yang lebih tua melainkan merasa sama, atau paling tidak sejajar.

Istilah asing yang sering digunakan untuk menunjukkan masa remaja menurut Yulia S.D. Gunarsa dan Singgih D. Gunarsa (dalam Agoes Dariyo: 2004) antara lain: (a) *puberteit*, *puberty*, dan (b) *adolescencia*. Istilah *puberty* (bahasa Inggris) berasal dari istilah Latin, *pubertas* yang berarti kelaki-lakian, kedewasaan yang dilandasi oleh sifat dan tanda-tanda kelaki-lakian. *Pubescence* dari kata *pubis* (*pubic hair*) yang berarti rambut (bulu) pada daerah kemaluan (*genital*), maka *pubescence* berarti perubahan yang dibarengi dengan tumbuhnya rambut pada daerah kemaluan.

Dalam tulisan Ny. Y. Singgih D. Gunarso dan Singgih D. Gunarso (1978: 16) disebutkan di Indonesia baik istilah *pubertas* maupun *adolesencia* dipakai dalam arti yang umum. Selanjutnya ditegaskan akan dipakai istilah remaja, tinjauan psikologis yang ditujukan pada seluruh

proses perkembangan remaja dengan batas usia 12 sampai dengan 22 tahun.

DeBrun (dalam Yudrik Jahja , 2013) mendefinisikan remaja sebagai periode pertumbuhan antara masa kanak-kanak dan dewasa. Pendapat tersebut sejalan dengan Papalia et al., (1998: 330) yang menyatakan masa remaja sebagai periode transisi antara masa kanak-kanak dan masa dewasa, yang melibatkan perubahan fisik, kognitif, dan psikososial.

Gunarsa dan Gunarsa (dalam Lina Marliyah, dkk., 2004) menyatakan bahwa remaja adalah masa peralihan dari masa anak-anak menuju masa dewasa dengan usia 11 tahun sampai 21 tahun, disertai dengan perubahan fisik, kepribadian, kognitif, psikososial dalam rangka pembentukan identitas diri. Suatu analisis yang dikemukakan oleh Monks, dkk. (dalam Lina Marliyah, dkk., 2004) mengenai semua aspek perkembangan dalam masa remaja yang secara global berlangsung antara usia 12-21 tahun, yaitu usia 12-15 tahun: masa remaja awal, 15-18 tahun: masa remaja madya, 18-21 tahun: masa remaja akhir, akan mengemukakan banyak faktor yang masing-masing perlu mendapat tinjauan sendiri. Menurut Adams dan Gullota (dalam Yudrik Jahja , 2013), masa remaja meliputi usia antara 11 hingga 20 tahun.

Masa remaja, menurut Mappiare (1982), berlangsung antara umur 12 tahun sampai dengan 21 tahun bagi wanita dan 13 tahun sampai dengan 22 tahun bagi pria. Rentang usia remaja ini dapat dibagi menjadi dua

bagian, yaitu usia 12/13 tahun sampai dengan 17/18 tahun adalah remaja awal, dan usia 17/18 tahun sampai dengan 21/22 tahun adalah remaja akhir.

Lebih lanjut Santrock (dalam Agoes Dariyo, 2004) mendefinisikan pubertas sebagai masa awal remaja. Menurut Stanley Hall (dalam Agoes Dariyo, 2004) usia remaja antara 12 sampai usia 23 tahun. Penggolongan remaja menurut Thonburg (dalam Agoes Dariyo, 2004), terbagi 3 tahap, yaitu (a) remaja awal (usia 13-14 tahun), (b) remaja tengah (usia 15-17 tahun), (c) remaja akhir (18-21 tahun).

Wukeringlon (dalam Dadang Sulaiman, 1995: 3) menggunakan istilah masa adolesensi dibagi menjadi dua fase yang disebut:

- a. *Preadolescence*, berkisar usia 12-15 tahun; dan
- b. *Late adolescence* antara usia 15-18 tahun.

Menurut Hurlock (dalam Sunarto dan B. Agus Hartono, 2002) rentangan usia remaja itu antara 13-21 tahun, yang dibagi pula dalam usia masa remaja awal 13 tahun atau 14 sampai 17 tahun dan remaja akhir 17 sampai 21 tahun. Sedangkan WHO (dalam Sunarto dan B. Agus Hartono, 2002) menetapkan batas usia 19-20 tahun sebagai batasan usia remaja. WHO menyatakan walaupun definisi di atas terutama didasarkan pada usia kesuburan (fertilitas) wanita, batasan tersebut berlaku juga untuk remaja pria, dan WHO membagi kurun usia dalam 2 bagian yaitu remaja awal 10-14 tahun dan remaja akhir 15-20 tahun.

Menurut Muangman (dalam Sunarto dan B. Agug Hartono, 2002), remaja adalah suatu masa pertumbuhan dan perkembangan di mana:

- a. Individu berkembang dari saat pertama kali ia menunjukkan tanda-tanda seksual sekundernya sampai saat ia mencapai kematangan seksual.
- b. Individu mengalami perkembangan psikologi dan pola identifikasi dari kanak-kanak menjadi dewasa.
- c. Terjadi peralihan dari ketergantungan sosial-ekonomi yang penuh kepada keadaan yang relatif lebih mandiri.

Berdasarkan pendapat dari beberapa ahli yang telah diuraikan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa remaja adalah masa transisi dari kanak-kanak ke dewasa dengan batasan usia 13-21 tahun, yang dibagi pula dalam usia masa remaja awal 13 tahun atau 14 sampai 17 tahun dan remaja akhir 17 sampai 21 tahun.

2. Aspek-aspek Perkembangan Remaja

Secara umum perkembangan dikemukakan oleh Werner (dalam Sunarto dan B. Agug Hartono, 2002) sebagai berikut: “Perkembangan sejalan dengan prinsip *orthogenetis*, bahwa perkembangan berlangsung dari keadaan global dan kurang berdeferensiasi sampai ke keadaan di mana diferensiasi, akulturasi, dan integrasi meningkat secara bertahap”. Proses diferensiasi itu dianggap sebagai prinsip totalitas pada diri anak; bahwa dari penghayatan totalitas itu lambat laun bagian-bagiannya menjadi semakin nyata dan bertambah jelas dalam kerangka keseluruhan.

Menurut Nagel (dalam Sunarto dan B. Agung Hartono, 2002), perkembangan merupakan pengertian di mana terdapat struktur yang terorganisasikan dan mempunyai fungsi-fungsi tertentu, oleh karena itu bilamana terjadi perubahan struktur baik dalam organisasi maupun bentuk, akan mengakibatkan perubahan fungsi. Yang dimaksud dengan perkembangan adalah perubahan yang terjadi pada rentang kehidupan (Papalia dan Olds, dalam Yudrik Jahja, 2013). Perubahan ini dapat terjadi secara kuantitatif, misalnya penambahan tinggi atau berat tubuh; dan kualitatif, misalnya perubahan cara berpikir secara konkret menjadi abstrak.

Menurut pandangan Gunarsa dan Gunarsa (dalam Agoes Dariyo, 2004) bahwa secara umum ada 2 faktor yang mempengaruhi perkembangan remaja (bersifat *dichotomy*), yakni:

a. Faktor endogen (*nature*).

Dalam pandangan ini dinyatakan bahwa perubahan-perubahan fisik maupun psikis dipengaruhi oleh faktor internal yang bersifat hereditas yaitu yang diturunkan oleh orang tuanya, misalnya: postur tubuh (tinggi badan), bakat-minat, kecerdasan, kepribadian, dan sebagainya. Jika kondisi fisik individu dalam keadaan normal berarti ia berasal dari keturunan yang normal pula yaitu tidak memiliki gangguan/penyakit.

b. Faktor eksogen (*nuture*).

Pandangan faktor eksogen menyatakan bahwa perubahan dan perkembangan individu sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor yang

berasal dari luar diri individu itu sendiri. Faktor ini diantaranya berupa lingkungan fisik maupun lingkungan sosial. Lingkungan fisik berupa tersedianya sarana dan fasilitas, letak geografis, cuaca, iklim, dan sebagainya. Sedangkan Lingkungan sosial ialah lingkungan di mana seseorang mengadakan interaksi dengan individu atau sekelempok individu di dalamnya.

Aspek-aspek perubahan yang dialami oleh setiap individu meliputi fisik, kognitif maupun psikososialnya (Papalia, dkk., dalam Agoes Dariyo, 2004). Ada tiga aspek perkembangan yang dikemukakan Papalia dan Olds (2001) yaitu: (1) perkembangan fisik; (2) kognitif; dan (3) kepribadian dan sosial. Adapun Anna Freud (dalam Yudrik Jahja , 2013), berpendapat bahwa pada masa remaja terjadi proses perkembangan meliputi perubahan-perubahan yang berhubungan dengan perkembangan psikoseksual, dan juga terjadi perubahan dalam hubungan dengan orang tua dan cita-cita merek, di mana pembentukan cita-cita merupakan proses pembentukan orientasi masa depan.

Seperti yang telah di bahas sebelumnya, remaja merupakan masa transisi dari anak-anak ke remaja. Oleh karena itu pada masa remaja terjadi perubahan atau perkembangan yang terjadi dari masa kanak-kanak. Perkembangan yang terjadi pada masa remaja diantaranya:

a. Perubahan Fisik

Sejak manusia lahir sebenarnya sudah ada hormon tumbuh yang mempengaruhi pertumbuhan (Monks dkk., 1982: 222).

Pertumbuhan fisik pada masa remaja sedang berada pada masa perkembangan fisik yang sangat pesat (Siti Rahayu Haditono, 1986).

Perkembangan fisik adalah perubahan-perubahan pada tubuh, otak, kapasitas sensoris, dan keterampilan motorik (Papalia dan Olds, 2001). Perubahan pada tubuh ditandai dengan penambahan tinggi dan berat tubuh, pertumbuhan tulang dan otot, dan kematangan organ seksual dan fungsi reproduksi. Tubuh remaja mulai beralih dari tubuh kanak-kanak menjadi tubuh orang dewasa yang cirinya ialah kematangan. Perubahan fisik otak strukturnya semakin sempurna untuk meningkatkan kemampuan kognitif.

Menurut Muss yang (dalam Sunarto dan B. Agus Hartono, 2002) urutan perubahan-perubahan fisik adalah sebagai berikut:

- 1) *Pada anak perempuan*: Pertumbuhan tulang-tulang (badan menjadi tinggi, anggota-anggota badan menjadi panjang). Monks dkk (1982: 227) mengatakan bahwa pemasakan seksual pada wanita dimulai dengan tanda kelamin sekunder lebih dulu yaitu timbulnya payudara, pada usia sekitar 8-13 tahun.
- 2) *Pada anak laki-laki*: Pertumbuhan tulang-tulang (pertumbuhan tinggi badan mencapai tingkat maksimum setiap tahunnya), tumbuh rambut-rambut halus di wajah (kumis, jenggot), akhir perubahan suara.

Dalam masa remaja, perubahan yang terjadi sangat mencolok dan jelas sehingga dapat mengganggu keseimbangan yang sebelumnya

sudah terbentuk. Perilaku mereka mendadak menjadi sulit diduga dan seringkali agak melawan norma sosial yang berlaku. Oleh karena itu, masa ini seringkali dinamakan sebagai “masa negatif”.

b. Perkembangan Kognitif atau Intelekt

Wechler (dalam Sunarto dan B. Agug Hartono, 2002), merumuskan inteligensi sebagai “keseluruhan kemampuan individu untuk berpikir dan bertindak secara terarah serta kemampuan mengolah dan menguasai lingkungan secara efektif.”

Pada umumnya 3-4 tahun pertama pada masa remaja menunjukkan perkembangan kemampuan intelegensi yang hebat, selanjutnya akan terjadi perkembangan yang teratur. Pada masa ini remaja telah berpikir dengan mempertimbangkan hal yang “mungkin” di samping hal yang nyata (Gleitman, dalam Sunarto dan B. Agung Hartono, 2002). Hal ini didukung oleh teori perkembangan kognitif dari Piaget, yang mengatakan bahwa remaja telah mencapai tahap puncak perkembangan kognitif. Masa munculnya kemampuan berpikir sistematis dalam menghadapi persoalan-persoalan abstrak dan hipotesis telah mencapai tahap operasional formal (Bybee & Sund, dalam M. Ali dan M. Arsori, 2012).

Menurut Piaget (dalam Yudrik Jahja , 2013), seorang remaja termotivasi untuk memahami dunia karena perilaku adaptasi secara biologis mereka. Dalam pandangan Piaget, remaja secara aktif membangun dunia kognitif mereka. Dalam pandangannya, remaja

secara aktif membangun dunia kognitif mereka, dimana informasi yang didapatkan tidak langsung diterima begitu saja ke dalam skema kognitif mereka. Kemudian Piaget (dalam Yudrik Jahja , 2013), mengemukakan bahwa pada masa remaja terjadi kematangan kognitif, yaitu interaksi dari struktur otak yang telah sempurna dan lingkungan sosial yang semakin luas untuk eksperimentasi memungkinkan remaja untuk berpikir abstrak. Piaget menyebut tahap perkembangan kognitif ini sebagai *tahap operasi formal* (dalam Uhar Suharsaputra, 2012).

Remaja sedang mengalami perkembangan pesat dalam aspek intelektual. Transformasi intelektual dari cara berpikir remaja ini memungkinkan mereka tidak hanya mampu mengintegrasikan dirinya ke dalam masyarakat dewasa, tapi juga merupakan karakteristik yang paling menonjol dari semua periode perkembangan. Kemampuan intelektual seperti ini yang membedakan fase-fase lainnya (Shaw dan Costanzo, 1985).

c. Perkembangan Kepribadian dan Sosial

Perkembangan kepribadian adalah perubahan cara individu berhubungan dengan unia dan menyatakan emosi secara unik; sedangkan perkembangan sosial berarti perubahan dalam berhubungan orang lain (Papalia dan Olds, dalam Yudrik Jahja , 2013). Perkembangan kepribadian yang penting pada masa remaja adalah pencarian identitas diri. Pencarian identitas diri ialah proses menjadi

seseorang yang unik dengan peran yang penting dalam hidup (Erickson dalam Papalia dan Olds, 2001).

Perkembangan sosial pada masa remaja lebih melibatkan kelompok teman sebaya dibanding orang tua (Conger, dalam Uhar Suharsaputra, 2012). Dibanding masa kanak-kanak, remaja lebih banyak melakukan kegiatan di luar rumah seperti kegiatan sekolah, ekstrakurikuler, dan bermain dengan teman (Conger, dalam Yudrik Jahja , 2013). Kelompok teman sebaya diakui dapat mempengaruhi pertimbangan dan keputusan seseorang remaja tentang perilakunya (Beyth-Marom, et al., dalam Yudrik Jahja , 2013).

Seseorang remaja dapat mengalami sikap hubungan sosial yang bersifat tertutup sehubungan dengan masalah yang dialami remaja. Keadaan atau peristiwa ini oleh Erick Erickson (dalam Sunarto dan B. Agung Hartono, 2002) dinyatakan bahwa anak telah dapat mengalami krisis identitas. Konsep diri anak tidak hanya terbentuk dari bagaimana anak percaya tentang keberadaan dirinya sendiri, tetapi juga terbentuk dari bagaimana orang lain percaya tentang keberadaan dirinya.

d. Perkembangan Psikologis

Bijou dan Baer (dalam Sunarto dan B. Agung Hartono, 2002) mengemukakan perkembangan psikologis adalah perubahan progresif yang menunjukkan cara organisme bertingkah laku dan berinteraksi dengan lingkungan. Interaksi yang dimaksudkan di sini adalah apakah

suatu jawaban tingkah laku akan diperlihatkan atau tidak, tergantung dari perangsang-perangsang yang ada di lingkungannya.

Salah satu ciri remaja di samping tanda-tanda seksualnya adalah “Perkembangan psikologis dan pada identifikasi dari kanak-kanak menjadi dewasa.” Puncak perkembangan jiwa itu ditandai dengan adanya proses perubahan dari kondisi “*entropy*” ke kondisi “*nege-tropy*” (Sarlito, dalam Sunarto dan B. Agung Hartono, 2002). *Entropy* adalah keadaan di mana kesadaran manusia masih belum tersusun rapi. Sedangkan *negative entropy* atau *negentropy* adalah keadaan di mana isi kesadaran tersusun dengan baik, pengetahuan yang satu terkait dengan perasaan atau sikap.

e. Perkembangan Bahasa

Menurut Chomsky (dalam Sunarto dan B. Agung Hartono, 2002) anak dilahirkan ke dunia telah memiliki kapasitas berbahasa. Anak remaja telah banyak belajar dari lingkungan, dan dengan demikian bahasa remaja terbentuk oleh kondisi lingkungan. Lingkungan remaja mencakup lingkungan keluarga, masyarakat, dan khususnya pergaulan teman sebaya dan lingkungan sekolah. Pola bahasa yang dimiliki adalah bahasa yang berkembang di dalam keluarga atau bahasa Ibu. Pada masa remaja terdapat tahapan kemampuan berbahasa yang berbeda dari tahap-tahap sebelum atau sesudahnya yang kadang-kadang menyimpang dari norma umum seperti munculnya istilah-istilah khusus di kalangan remaja.

f. Perkembangan Emosi

Perasaan senang atau tidak senang yang terlalu menyertai perbuatan-perbuatan kita sehari-hari disebut *warna afektif* yang kadang-kadang kuat, kadang-kadang lemah, atau kadang-kadang tidak jelas (samar-samar). Apabila hal afektif itu kuat, maka perasaan-perasaan menjadi lebih mendalam, lebih luas, dan lebih terarah. Perasaan-perasaan ini disebut *emosi* (Sarlito, 1982: 59).

Menurut Crow & Crow (dalam Sunarto dan B. Agung Hartono, 2002) pengertian emosi itu adalah sebagai berikut:

“An emotion, is an affective that accompanies generalized linner adjustment and mental and physiological stirred up states in the individual, and that shows it self in his overt behaviour.”

Jadi emosi adalah pengalaman afektif yang disertai penyesuaian dari dalam diri individu tentang keadaan mental dan fisik dan berwujud suatu tingkah laku yang tampak.

G Stanley Hall (dalam Sri Rumini dan Siti Sunari, 2000) menyatakan masa remaja sebagai *storm and stress* yang sering disebut badai dan topan, remaja sangat peka, sering berubah sikap/haluan. Suatu masa di mana ketegangan emosi meninggi sebagai akibat dari perubahan fisik dari perubahan fisik dan kelenjar. Meningkatnya emosi terutama karena anak (laki-laki ataupun perempuan) berada di bawah tekanan sosial dan mereka menghadapi kondisi baru, sedangkan

selama masa kanak-kanak ia kurang mempersiapkan diri untuk menghadapi keadaan-keadaan itu.

Tidak semua remaja mengalami masa badai dan tekanan, namun umumnya sebagian besar remaja mengalami ketidakstabilan dari waktu ke waktu sebagai konsekuensi usaha penyesuaian diri terhadap pola perilaku baru dan harapan sosial baru. Remaja sendiri menyadari bahwa aspek-aspek emosional dalam kehidupan adalah penting (Jersild, dalam Sunarto dan B. Agung Hartono, 2002).

Biehler (dalam Sunarto dan B. Agung Hartono, 2002) membagi ciri-ciri emosional remaja menjadi dua rentang usia, yaitu usia 12-15 tahun dan usia 15-18 tahun.

Ciri-ciri emosional remaja berusia 12-15 tahun:

- 1) Pada usia ini seorang siswa/anak cenderung banyak murung dan tidak dapat diterka.
- 2) Siswa mungkin bertingkah laku kasar untuk menutupi kekurangan dalam hal rasa percaya diri.
- 3) Ledakan-ledakan kemarahan mungkin bisa terjadi.
- 4) Seorang remaja cenderung tidak toleran terhadap orang lain dan membenarkan pendapatnya sendiri yang disebabkan kurangnya rasa percaya diri.
- 5) Siswa-siswa di SMP mulai mengamati orang tua dan guru-guru mereka secara lebih objektif dan mungkin menjadi marah apabila mereka ditipu dengan gaya guru yang bersikap serba tahu.

Ciri-ciri emosional remaja berusia 15-18 tahun:

- 1) “Pemberontakan” remaja merupakan pernyataan-pernyataan/ekspresi dari perubahan yang universal dari masa kanak-kanak ke dewasa.
- 2) Karena bertambahnya kebebasan mereka, banyak remaja yang mengalami konflik dengan orang tua mereka.
- 3) Siswa usia ini seringkali melamun, memikirkan masa depan mereka.

g. Perkembangan Moral

Moral adalah ajaran tentang baik buruk perbuatan dan kelakuan, akhlak, kewajiban, dan sebagainya (Purwadarminto, dalam Sunarto dan B. Agung Hartono, 2002). Moral berkaitan dengan kemampuan untuk membedakan antara perbuatan yang benar dan yang salah. Dengan demikian, moral merupakan kendali dalam bertindak laku. Remaja diharapkan mengganti konsep-konsep moral yang berlaku umum dan merumuskannya ke dalam kode moral yang akan berfungsi sebagai pedoman bagi perilakunya.

Michel (dalam Hurlock alih bahasa Istiwidayanti dkk., 1980: 255) meringkaskan lima perubahan dasar yang harus dilakukan oleh remaja sebagai berikut:

- 1) Pandangan moral individu makin lama makin menjadi lebih abstrak.
- 2) Keyakinan moral lebih terpusat pada apa yang benar dan kurang pada apa yang salah.

- 3) Penilaian moral menjadi semakin kognitif.
- 4) Penilaian moral menjadi kurang egosentris.
- 5) Penilaian moral secara psikologis menjadi lebih mahal dalam arti bahwa penilaian moral merupakan bahan emosi dan menimbulkan ketegangan emosi.

Menurut Furter (dalam Sunarto dan B. Agung Hartono, 2002), menjadi remaja berarti mengerti nilai-nilai (Monk's, 1984: 257). Mengerti nilai-nilai ini tidak berarti hanya memperoleh pengertian saja melainkan juga dapat menjalankannya/mengamalkannya. Hal ini selanjutnya berarti bahwa remaja sudah dapat menginternalisasikan penilaian-penilaian moral, menjadikannya sebagai nilai-nilai pribadi. Untuk selanjutnya penginternalisasian nilai-nilai ini akan tercermin dalam sikap dan tingkah lakunya.

Dari penjelasan di atas mengenai aspek perkembangan remaja, maka dapat disimpulkan bahwa perkembangan yang terjadi pada masa remaja adalah perkembangan fisik, kognitif, kepribadian-sosial, psikologis, bahasa, emosi, dan moral.

3. Ciri-ciri Remaja

Menurut Salzman dan Pikunas (dalam Yudrik Jahja , 2013) masa remaja ditandai dengan:

- a. Berkembangnya sikap dependen kepada orang tua ke arah independen.
- b. Minat seksualitas.
- c. Kecenderungan untuk merenung atau memperhatikan diri sendiri, nilai-nilai etika, dan isu-isu moral.

Masa remaja, seperti masa-masa sebelumnya memiliki ciri-ciri khusus yang membedakan masa sebelum dan sesudahnya. Hurlock (dalam Rita Eka Izzaty dkk., 2008: 124-126) menjelaskan ciri-ciri masa remaja yaitu:

a. Masa remaja sebagai periode penting

Karena akibatnya yang langsung terhadap sikap dan perilaku dan akibat jangka panjangnya, juga akibat fisik dan akibat psikologis. Perkembangan fisik yang cepat dan penting disertai dengan cepatnya perkembangan mental yang cepat menimbulkan penyesuaian mental dan membentuk sikap, nilai dan minat baru.

b. Masa remaja sebagai periode peralihan

Masa remaja merupakan peralihan dari masa kanak-kanak ke masa dewasa sehingga mereka harus meninggalkan segala sesuatu yang bersifat kekanak-kanakan serta mempelajari pola perilaku dan sikap baru untuk menggantikan perilaku dan sikap yang sudah ditinggalkan. Pada masa ini remaja bukan lagi seorang anak dan juga bukan orang dewasa.

c. Masa remaja sebagai periode perubahan

Selama masa remaja terjadi perubahan fisik yang sangat pesat, juga perubahan perilaku dan sikap yang berlangsung pesat. Sebaliknya jika perubahan fisik menurun maka diikuti perubahan sikap dan perilaku yang menurun juga. Menurut Hurlock, ada 4 macam perubahan yaitu: meningkatnya emosi, perubahan tubuh, minat dan

peran yang diharapkan, berubahnya minat dan pola perilaku serta adanya sikap ambivalen terhadap setiap perubahan.

d. Masa remaja sebagai masa mencari identitas

Pada masa ini remaja mulai menambahkan identitas diri dan tidak puas lagi dengan menjadi sama dengan teman-teman dalam segala hal, seperti pada masa sebelumnya. Namun adanya sifat yang mendua, dalam beberapa kasus menimbulkan suatu dilema yang menyebabkan krisis identitas. Pada saat ini remaja berusaha untuk menunjukkan siapa diri dan perannya dalam kehidupan bermasyarakat.

e. Usia bermasalah

Karena pada masa remaja pemecahan masalah sudah tidak seperti pada masa sebelumnya yang dibantu oleh orang tua dan gurunya. Setelah remaja masalah yang dihadapi akan diselesaikan secara mandiri, mereka menolak bantuan dari orang tua dan guru lagi.

f. Masa remaja sebagai usia yang menimbulkan kekuatan atau kesulitan

Karena pada masa remaja sering timbul pandangan yang kurang baik atau bersifat negatif. Stereotip demikian mempengaruhi konsep diri dan sikap remaja terhadap dirinya, dengan demikian menjadikan remaja sulit melakukan peralihan menuju masa dewasa. Pandangan ini juga yang sering menimbulkan pertentangan antara remaja dengan orang dewasa.

g. Masa remaja sebagai masa yang tidak realistik

Pada masa ini remaja cenderung memandang dirinya dan orang lain sebagaimana yang diinginkan bukan sebagaimana adanya, lebih-lebih cita-citanya. Hal ini menyebabkan emosi meninggi dan apabila yang diinginkan tidak tercapai akan mudah marah. Semakin bertambahnya pengalaman pribadi dan sosialnya serta kemampuan berpikir rasional remaja memandang diri dan orang lain semakin realistik.

h. Masa remaja sebagai ambang masa dewasa

Menjelang menginjak dewasa, remaja merasa gelisah untuk meninggalkan masa belasan tahunnya. Remaja belum cukup untuk berperilaku sebagai orang dewasa, oleh karena itu mereka mulai berperilaku sebagai status orang dewasa seperti cara berpakaian, merokok, menggunakan obat-obatan, yang dipandang dapat memberikan citra seperti yang diinginkan.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan ciri-ciri remaja sesuai dengan pendapat Hurlock (dalam Rita Eka Izzaty dkk., 2008: 124-126) adalah masa remaja sebagai periode penting, periode perubahan, mencari identitas, usia bermasalah, usia yang menimbulkan kekuatan atau kesulitan, masa yang tidak realistik, dan ambang masa dewasa.

4. Tugas Perkembangan Remaja

Tugas perkembangan dinyatakan oleh Harvighurst (dalam Sunarto dan B. Agung Hartono, 2002) dikaitkan dengan fungsi belajar, karena pada hakikatnya perkembangan kehidupan manusia dipandang sebagai upaya mempelajari norma kehidupan dan budaya masyarakat agar ia (mereka) mampu melakukan penyesuaian diri dengan baik di dalam kehidupan nyata.

Harvighurst (dalam Lina Marliyah, dkk., 2004) mengemukakan 10 jenis tugas perkembangan remaja, yaitu :

- a. Mencapai hubungan dengan teman lawan jenisnya secara lebih memuaskan dan matang;
- b. Mencapai perasaan seks dewasa yang diterima secara sosial;
- c. Menerima keadaan badannya dan menggunakannya secara efektif;
- d. Mencapai kebebasan emosional dari orang dewasa;
- e. Mencapai kebebasan ekonomi;
- f. Memilih dan menyiapkan suatu pekerjaan;
- g. Menyiapkan perkawinan dan kehidupan berkeluarga;
- h. Mengembangkan keterampilan dan konsep intelektual yang perlu bagi warga Negara yang kompeten.
- i. Menginginkan dan mencapai tingkah laku yang bertanggung jawab secara sosial; dan
- j. Menggapai suatu perangkat nilai yang digunakan sebagai pedoman tingkah laku.

Selanjutnya Havighurst (dikutip oleh Sarwono, 1997) mengemukakan bahwa tercapai atau tidaknya tugas-tugas perkembangan di atas ditentukan oleh tiga faktor, yaitu kematangan fisik, desakan dari masyarakat, dan motivasi dari individu yang bersangkutan.

William Kay (dalam Yudrik Jahja, 2013: 238), tugas-tugas perkembangan remaja itu sebagai berikut:

- a. Menerima fisiknya sendiri berikut keragaman kualitasnya.
- b. Mencapai kemandirian emosional dari orang tua atau figur-figur yang mempunyai otoritas.
- c. Mengembangkan keterampilan komunikasi interpersonal dan belajar bergaul dengan teman sebaya atau orang lain, baik secara individual maupun kelompok.
- d. Menemukan manusia model yang dijadikan identitasnya.
- e. Menerima dirinya sendiri dan memiliki kepercayaan terhadap kemampuannya sendiri.
- f. Memperkuat *self-control* (kemampuan mengendalikan diri) atas dasar skala nilai, prinsip-prinsip atau falsafah hidup (Welta Schauung).
- g. Mampu meninggalkan reaksi dan penyesuaian diri (sikap/perilaku) kekanak-kanakan.

Dalam membahas tujuan tugas perkembangan remaja, Pikunas (dalam Yudrik Jahja , 2013) mengemukakan pendapat Luella Cole yang mengklasifikasikannya ke dalam Sembilan kategori, yaitu:

- a. Kematangan emosional.
- b. Pemantapan minat-minat hetero-seksual.
- c. Kematangan sosial.
- d. Emansipasi dari kontrol keluarga.
- e. Kematangan intelektual
- f. Memilih pekerjaan.
- g. Menggunakan waktu senggang secara tepat.
- h. Memiliki filsafat hidup.
- i. Identifikasi diri.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa tugas perkembangan remaja berhubungan dengan fungsi belajar, agar mampu melakukan penyesuaian diri dengan baik di dalam kehidupan nyata. Tugas perkembangan remaja yaitu menerima fisiknya, mencapai hubungan dengan lawan jenis secara matang, mencapai kebebasan emosional dari orang dewasa, mengembangkan komunikasi interpersonal, memperkuat kontrol diri atas nilai, prinsip dan falsafah hidup, meninggalkan sikap kekanak-kanakan.

D. Hubungan antara Kontrol Diri dengan Belanja *Online* pada Mahasiswa

Penggunaan layanan internet saat ini sangat populer, tak terkecuali di kalangan mahasiswa. internet membuat segala sesuatu menjadi lebih mudah dan praktis. Bahkan, saat ini proses penjualan barang dan jasa telah dilakukan lewat internet melalui toko-toko *online*. Semakin banyaknya jumlah toko *online* yang bermunculan serta penawaran-penawaran produk yang menarik

akan mempengaruhi konsumen untuk membeli produk secara *online*, yang sering dikenal dengan belanja *online*. Belanja *online* digunakan oleh mahasiswa sebagai cara untuk memperoleh produk yang dibutuhkan untuk menunjang penampilannya, yang bisa didapatkannya secara praktis dan mudah.

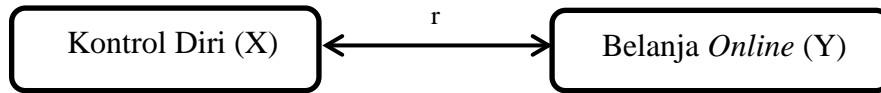
Meskipun terdapat banyak manfaat yang diberikan oleh sistem belanja secara *online*, tentunya konsumen juga harus berhati-hati dalam memilih toko *online* yang akan dijadikan sasaran pembelian. Maraknya kasus penipuan yang sedang beredar memungkinkan mahasiswa menjadi korban penipuan selanjutnya. Oleh karena itu, tidak ada salahnya mencari informasi dari orang lain tentang toko *online* yang dituju sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian.

Pada umumnya keinginan yang tinggi dalam diri seseorang akan muncul setelah melihat penawaran yang menarik dari produk-produk toko *online* serta mengetahui kemudahan-kemudahan berbelanja secara *online*. Mahasiswa yang memiliki kepuasan setelah belanja *online* cenderung akan melakukan pembelian ulang di kemudian hari dan biasanya rasa kepuasan tersebut menguasai dirinya sehingga tidak memperdulikan dampak yang akan diterimanya di kemudian hari. Hal tersebut bisa menyebabkan seseorang melakukan pembelian secara terus-menerus dan jika tidak dihentikan akan menyebabkan tingginya intensitas belanja *online* bahkan menimbulkan perilaku konsumtif yang berdampak buruk bagi mahasiswa. Untuk mencegah adanya perilaku konsumtif, dibutuhkan kontrol diri di dalam diri mahasiswa.

Kontrol diri memungkinkan remaja untuk mengatur, mengarahkan, dan mengendalikan tingkah laku atau keputusan ke arah yang positif. Seorang remaja yang memiliki kontrol diri yang tinggi mampu mengatur intensitas belanja *online* yang disesuaikan dengan kebutuhannya. Namun sebaliknya, jika remaja mempunyai kontrol diri yang rendah tidak mampu mengatur intensitas belanja *online* sehingga intensitas menjadi tinggi dan tidak mampu mengendalikan keinginan-keinginan yang muncul dalam dirinya.

Pendapat peneliti di atas, sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Regina, dkk. (2015) dengan judul “Hubungan antara *Self-control* dengan Perilaku Konsumtif *Online Shopping* Produk *Fashion* Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011”. Dalam penelitiannya menyatakan bahwa *self-control* pada remaja merupakan kapasitas dalam diri yang dapat digunakan untuk mengontrol variabel-variabel luar yang menentukan tingkah laku. Hasil penelitian didapatkan bahwa terdapat hubungan antara *self-control* dengan perilaku konsumtif *online shopping* produk *fashion* pada mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi angkatan 2011 yaitu semakin tinggi *self-control* maka semakin rendah perilaku konsumtif *online shopping* produk *fashion*, sebaliknya semakin rendah *self-control* maka semakin tinggi perilaku konsumtif *online shopping* produk *fashion*.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat digambarkan hubungan antara kedua variabel (kontrol diri dengan belanja *online*), pada gambar berikut:



Gambar 2. Kerangka Berpikir

Keterangan:

r : Hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y)

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara tentang rumusan masalah penelitian yang kebenarannya masih harus diuji. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang dapat diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan yang negatif antara kontrol diri dengan perilaku belanja *online*.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan kajian yang menggunakan analisis statistik untuk mendapatkan temuannya. Ciri utamanya mencakup pengukuran formal dan sistematis dan pengukuran statistik (Geoffrey Marczyk et. al., dalam Uhar Suharsaputra, 2012). Janet M. Ruane (dalam Uhar Suharsaputra, 2012) menyatakan bahwa penelitian kuantitatif mendokumentasikan variasi sosial dalam kategori angka-angka serta menggunakan statistik untuk meringkaskan sejumlah besar data.

Teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah teknik statistik deskriptif dan statistik inferensial. Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum generalisasi. Dalam statistik deskriptif juga dapat dilakukan mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui prediksi dengan analisis regresi dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi (Sugiyono, 2012). Statistik deskriptif digunakan karena pada penelitian ini akan dideskripsikan tentang perilaku belanja *online* remaja, selain itu juga akan dicari hubungan antara variabel kontrol diri dengan perilaku belanja *online* remaja yang sudah bekerja di kota Yogyakarta.

Sedangkan teknik statistik inferensial (sering juga disebut statistik *induktif* atau statistik *probabilitas*), adalah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi. Begitupula pada penelitian ini, data yang akan dianalisis adalah data yang diperoleh dari sampel dan berlaku untuk semua populasi yang ada.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Yogyakarta. Proses penelitian dilaksanakan pada bulan November sampai dengan bulan Mei 2016.

C. Subjek Penelitian

1. Populasi

Menurut Arikunto (dalam Mita Kurniasari, 2014) populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Ditambahkan lagi oleh Sugiyono (2012), bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012).

Dari beberapa pendapat di atas maka dapat disimpulkan bahwa populasi adalah keseluruhan subjek atau objek penelitian yang mempunyai karakteristik tertentu. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Belitung yang berkuliah di Yogyakarta tahun 2016. Berdasarkan data yang diperoleh, jumlah mahasiswa Belitung yang kuliah di Yogyakarta tahun 2016 adalah sebanyak 211 orang.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi (Sugiyono, 2012). Prof. Sutrisno Hadi, MA (dalam Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, 2013), menjelaskan bahwa sampel atau contoh adalah sebagian individu yang diselidiki dari keseluruhan individu penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi sampel penelitian adalah sebagian mahasiswa Belitung yang kuliah di Yogyakarta tahun 2016.

Seluruh sampel dalam penelitian ini diambil dari populasi yang ada. pengambilan sampel dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan rumus Slovin Rumus Slovin (Sevilla et. al., 1960: 182), yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + ne^2}$$

dimana:

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

e : batas toleransi (*error tolerance*)

Taraf kesalahan yang digunakan adalah sebesar 5%, jadi sampel yang diperoleh mempunyai kepercayaan 95% terhadap populasi (Sugiyono, 2012). Oleh karena itu, untuk menentukan jumlah sampel penelitian, dilakukan perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{211}{1 + (211 \times 0,05^2)} = \frac{211}{1 + (0,5275)} \\ &= \frac{211}{1,5275} = 138,1342 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan rumus Slovin di atas, maka jumlah sampel pada penelitian ini dibulatkan menjadi sebanyak 138 orang. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling*. Pada teknik ini, pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2012).

D. Variabel Penelitian

Variabel, secara etimologis berasal dari kata *vary* yang berarti berubah-ubah atau bervariasi, baik dalam substansinya maupun dalam jenis dan keluasan, variabel merupakan karakteristik objek kajian (konsep) yang mempunyai variasi nilai, baik itu kejadian, situasi, perilaku, maupun karakteristik individu (Cozby, dalam Uhar Suharsaputra, 2012). Menurut Fornell dan Bookstein (dalam Imam Ghozali, 2006) konstruk (konsep/variabel) seperti personalitas atau sikap umumnya dipandang sebagai faktor yang menimbulkan sesuatu yang kita amati, sehingga indikatornya bersifat reflektif. Sedangkan menurut Sugiyono (2012) variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel juga dapat didefinisikan sebagai atribut dari bidang keilmuan atau kegiatan tertentu.

Menurut Kerlinger (1973) menyatakan bahwa variabel adalah konstruk (*construcs*) atau sifat yang akan dipelajari. Selanjutnya Kidder (1981), menyatakan bahwa variabel adalah suatu kualitas (*qualities*) dimana peneliti

mempelajari dan menarik kesimpulan darinya. Secara teoritis variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang, atau objek, yang mempunyai “variasi” antara satu orang dengan yang lain atau satu objek dengan objek yang lain (Hatch dan Farhady, 1981).

Dari beberapa pendapat ahli yang diuraikan di atas maka dapat disimpulkan bahwa variabel adalah karakteristik objek kajian yang mempunyai variasi nilai yang telah ditetapkan peneliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu variabel bebas (*independen*) dan variabel terikat (*dependen*). Adapun variabel-variabel dalam penelitian ini antara lain:

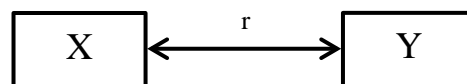
1. Variabel Terikat/Dependen (Y)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2012). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah belanja *online*.

2. Variabel Bebas/Independen (X)

Menurut Sugiyono (2012), variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kontrol diri.

Skema hubungan antara variabel bebas dan terikat dapat digambarkan pada gambar 3 berikut:



Gambar 3. Skema Hubungan antarvariabel

Keterangan:

X : Kontrol Diri

Y : Belanja *Online*

r : Hubungan antara Variabel X dan Y

Dari skema di atas dapat diketahui bahwa variabel X dan variabel Y saling berhubungan.

E. Definisi Operasional

1. Kontrol diri

Kontrol diri adalah kemampuan seseorang untuk mengatur, mengendalikan, dan mengarahkan tingkah laku atau keputusan ke arah yang positif. Kontrol diri dalam penelitian ini akan diukur menggunakan skala kontrol diri dengan aspek yang diukur yaitu kontrol perilaku, kontrol kognitif, dan kontrol keputusan.

2. Belanja *Online*

Belanja *online* adalah kegiatan jual beli melalui media internet dengan menggunakan web browser. Belanja *online* diukur dengan menggunakan skala perilaku belanja *online*, dan aspek yang diukur adalah waktu selama belanja, frekuensi belanja, dan jumlah uang yang dikeluarkan untuk berbelanja.

F. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat diartikan sebagai usaha pencatatan hasil penelitian yang mencakup segala peristiwa, fakta, keterangan dan angka yang

dapat dijadikan sebagai bahan acuan untuk menyusun suatu informasi tertentu. Alat (Galih Fajar Fadillah, 2013). Menurut McMillan dan Scumacher (dalam Uhar Suharsaputra, 2012) berpendapat bahwa teknik pengumpulan data juga menggambarkan instrumen penelitian untuk penelitian kuantitatif mempunyai ciri-ciri yang jelas berbeda dengan penelitian kuantitatif meskipun pada tataran bentuk bisa menunjukkan kesamaan.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui angket atau kuisisioner. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisisioner cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuisisioner dapat berupa pertanyaan/pertanyaan tertutup atau terbuka dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet (Sugiyono, 2012). Angket dalam penelitian ini adalah angket kontrol diri dan angket perilaku belanja *online* dari beberapa kategori produk.

G. Instrumen Penelitian

1. Instrumen Penelitian

Pada prinsipnya, meneliti adalah melakukan pengukuran terhadap fenomena sosial maupun alam. Instrumen penelitian merupakan alat ukur yang digunakan dalam penelitian. Jadi instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. (Sugiyono, 2012).

Dalam penelitian ini digunakan dua macam angket, yaitu angket perilaku belanja *online* dan angket kontrol diri. Untuk memudahkan penyusunan instrumen, maka perlu digunakan “matrik pengembangan instrumen” atau “kisi-kisi instrumen” (Sugiyono, 2012). Oleh karena itu, dilakukan penyusunan kisi-kisi angket perilaku belanja *online* dan kisi-kisi angket kontrol diri, sebelum membuat instrumen penelitian.

Angket perilaku belanja *online* dalam penelitian ini menggunakan penyusunan skala dengan berupa pertanyaan dengan pilihan jawaban. Sedangkan angket kontrol diri dalam penelitian ini menggunakan pedoman Skala Likert. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *Likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain (Sugiyono, 2012):

Tabel 1. Penskoran Item Skala Kontrol Diri

Alternatif Jawaban	Jenis Item	
	(+)	(-)
Sangat Sesuai (SS)	4	1
Sesuai (S)	3	2
Tidak Sesuai (TS)	2	3
Sangat Tidak Sesuai (STS)	1	4

2. Kisi-kisi Instrumen

a. Kisi-kisi Angket Perilaku Belanja *Online*

Dalam penelitian ini akan dideskripsikan perilaku belanja *online* remaja berdasarkan aspek-aspek belanja yang dikemukakan oleh Magie (2008:45) yaitu aktivitas belanja diukur dari jumlah waktu

yang dihabiskan selama berbelanja, frekuensi berbelanja, dan jumlah uang yang dikeluarkan dalam berbelanja.

1) Waktu. Waktu dalam penelitian ini dibagi menjadi tiga bagian yaitu:

- a) Waktu memilih produk. Merupakan lamanya waktu yang digunakan oleh seseorang untuk melihat-lihat penawaran atau iklan di toko *online* sampai melakukan pemesanan produk.
- b) Waktu transaksi. Merupakan waktu yang digunakan untuk melakukan transaksi pembayaran kepada penjual produk di toko *online*, baik melalui transfer ataupun secara langsung kepada penjual.
- c) Waktu proses pengiriman produk. Merupakan lamanya waktu yang digunakan untuk menunggu hingga sampainya produk di tangan pembeli setelah dilakukan transaksi pembayaran.

Semakin banyak waktu yang digunakan dalam berbelanja, menunjukkan semakin lama seseorang dalam belanja *online*.

2) Frekuensi. Merupakan banyaknya atau berapa kali seseorang melakukan pembelian secara *online* dalam waktu tertentu. Frekuensi pembelian yang diukur dalam penelitian ini adalah banyaknya pembelian yang dilakukan subjek selama 3 bulan terakhir pada produk *fashion*, kecantikan, kesehatan, aksesoris, makanan dan minuman, elektronik, *gadget*, perangkat komputer/laptop, kendaraan, barang kuno, dan properti. Semakin

besar frekuensi belanja, menunjukkan semakin seringnya seseorang dalam belanja *online*.

- 3) Jumlah uang yang dikeluarkan. Merupakan banyaknya biaya yang digunakan untuk membeli produk di toko *online*. Semakin tinggi biaya yang digunakan, menunjukkan semakin banyaknya uang yang dikeluarkan untuk belanja *online*.

Tingginya intensitas belanja *online* dapat diketahui dari skor yang diperoleh subjek setelah mengisi angket. Semakin tinggi skor yang diperoleh subjek berarti semakin tinggi juga intensitasnya, dan semakin rendah skor yang diperoleh subjek berarti semakin rendah pula intensitasnya dalam belanja *online*.

Tabel 2. Kisi-kisi Angket Perilaku Belanja *Online*

Variabel	Aspek		Indikator Pengukuran						
Perilaku Belanja <i>Online</i>	Waktu	Waktu untuk melihat iklan di toko <i>online</i> sampai memesan produk.	< 15 menit						
			15 menit – 30 menit						
			30 menit – 1 jam						
			> 1 jam						
		Waktu yang digunakan untuk melakukan transaksi pembayaran	< 15 menit						
			15 menit – 30 menit						
			30 menit – 1 jam						
			> 1 jam						
		Waktu yang dibutuhkan untuk pengiriman produk dari penjual kepada pembeli	< 3 hari						
			3 hari – 1 minggu						
			1 minggu – 2 minggu						
			> 2 minggu						
	Frekuensi pembelian produk <i>online</i>	<div>Intensitas</div> <div>Produk</div> <div><i>Fashion</i></div>		1	2	3	4	dst	Jml

		Kecantikan						
		Kesehatan						
		Aksesoris						
		Makanan dan minuman						
		Elektronik						
		<i>Gadget</i>						
		Perangkat Komputer/Laptop						
		Kendaraan						
		Barang Kuno						
		Properti						
	Biaya yang pernah dikeluarkan untuk belanja <i>online</i>	< Rp.100.000						
		Rp.100.000 - Rp.500.000						
		Rp.500.001 - Rp. 1.000.000						
		> Rp. 1.000.000						

b. Kisi-kisi Angket Kontrol Diri

Angket kontrol diri dalam penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya tentang kontrol diri oleh Mitta Kurniasari (2014) dengan judul “Hubungan antara Kesepian dan Kontrol Diri dengan Intensitas Bermain *Game Online* Siswa SMP Negeri 14 Yogyakarta tahun Pelajaran 2013/2014. Angket kontrol diri ini disusun berdasarkan aspek-aspek tentang kontrol diri yang dikemukakan oleh Averill (dalam Ghufroon, 2003), yaitu:

- 1) Kontrol perilaku (*behavior control*). Merupakan kesiapan tersedianya suatu respon yang dapat secara langsung memengaruhi atau memodifikasi suatu keadaan yang tidak menyenangkan. Kemampuan mengontrol perilaku ini diperinci menjadi dua komponen, yaitu: a) Kemampuan mengatur pelaksanaan (*regulated administration*). Merupakan kemampuan individu untuk menentukan siapa yang mengendalikan situasi atau keadaan, apakah

dirinya sendiri atau aturan perilaku dengan menggunakan kemampuan dirinya dan bila tidak mampu individu akan menggunakan sumber eksternal. b) Kemampuan mengatur stimulus (*stimulus modifiability*). Merupakan kemampuan untuk mengetahui bagaimana dan kapan suatu stimulus yang tidak dikehendaki dihadapi. Ada beberapa cara yang dapat digunakan yaitu mencegah atau menjauhi stimulus, menempatkan tenggang waktu di antara rangkaian stimulus yang sedang berlangsung, menghentikan stimulus sebelum waktunya berakhir, dan membatasi intensitasnya.

- 2) Kontrol kognitif (*Cognitive control*). Merupakan kemampuan individu dalam mengolah informasi yang tidak diinginkan dengan cara menginterpretasi, menilai, atau menghubungkan suatu kejadian dalam suatu kerangka kognitif sebagai adaptasi psikologis atau mengurangi tekanan. Aspek ini terdiri atas dua komponen yaitu: a) Memperoleh informasi (*information gain*). Dengan informasi yang dimiliki oleh individu mengenai suatu keadaan yang tidak menyenangkan, individu dapat mengantisipasi keadaan tersebut dengan berbagai pertimbangan. b) Melakukan penilaian (*appraisal*). Melakukan penilaian berarti individu berusaha menilai dan menafsirkan suatu keadaan atau peristiwa dengan cara memerhatikan segi-segi positif secara subjektif.
- 3) Mengontrol keputusan (*Decisional control*). Merupakan kemampuan seseorang untuk memilih hasil atau suatu tindakan

berdasarkan pada sesuatu yang diyakini atau disetujuinya. Kontrol diri dalam menentukan pilihan akan berfungsi, baik dengan adanya suatu kesempatan, kebebasan, atau kemungkinan pada diri individu untuk memilih berbagai kemungkinan tindakan.

Besarnya kontrol diri dapat diketahui dari skor yang diperoleh subjek setelah mengisi angket. Semakin tinggi skor yang diperoleh subjek berarti semakin tinggi juga kontrol dirinya, dan semakin rendah skor yang diperoleh subjek berarti semakin rendah pula kontrol dirinya.

Tabel 3. Kisi-kisi Angket Kontrol Diri

Variabel	Aspek	Indikator	No. Item		Jml
			+	-	
Kontrol Diri	Kontrol Perilaku	Mampu mengontrol respon sesuai keadaan diri	1, 2, 3	4, 5, 6	6
		Mampu mengontrol perilaku atas situasi yang dihadapi	7, 8, 9	10, 11, 12	6
		Mampu memilih stimulus yang berguna bagi diri	13, 14, 15	16, 17, 18	6
		Mampu mengontrol perilaku atas stimulus yang diterima	19, 20, 21	22, 23, 24,	6
	Kontrol Kognitif	Mampu memilih informasi yang bermanfaat	25, 26	27, 28	4
		Mampu mengantisipasi keadaan dengan pertimbangan	29, 30, 31	32, 33, 34	6
		Mampu	35,	38,	6

		melakukan pertimbangan sebelum bertindak	36, 37	39, 40	
		Mampu mendahulukan hal-hal yang lebih penting	41, 42, 43	44, 45, 46	6
	Mengontrol Keputusan	Mampu memilih tindakan yang bermanfaat	47, 48, 49	50, 51, 52	6
		Mampu melakukan tindakan yang tepat	53, 54, 55	58, 57, 58	6
Jumlah			29	29	58

H. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas Instrumen

Validitas (*validity*, kesahihan) berkaitan dengan permasalahan “apakah instrumen yang dimaksudkan untuk mengukur sesuatu itu memang dapat mengukur secara tepat sesuatu yang akan diukur tersebut”. (Burhan Nugiyantoro, dkk., 2009). Valid berarti Instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2012).

Uji validitas yang digunakan untuk menguji validitas instrumen dalam penelitian ini adalah validitas isi. Validitas isi adalah validitas yang mempertanyakan bagaimana kesesuaian antara instrumen dengan tujuan dan deskripsi bahan yang diajarkan atau deskripsi masalah yang akan diteliti. Untuk mengetahui kesesuaian kedua hal itu, penyusunan instrumen haruslah mendasarkan pada kisi-kisi yang sengaja disiapkan untuk tujuan itu. Setelah butir-butir pertanyaan disusun, kemudian ditelaah dengan mempergunakan kriteria tertentu di samping disesuaikan dengan kisi-kisi.

Penelaah harus dilakukan oleh orang yang berkompeten di bidang yang bersangkutan, atau yang dikenal dengan istilah penilaian oleh ahlinya (*expert judgement*) (Burhan Nugiyantoro, dkk., 2009).

Uji validitas isi dalam penelitian ini dilakukan melalui konsultasi dengan *expert judgement* yaitu dosen pembimbing dalam penelitian ini.

a. Uji validitas skala kontrol diri

Sebelum dilakukan uji validitas dengan *expert*, pernyataan dalam skala kontrol diri berjumlah 58 item. Skala sebelum dilakukan uji validitas lebih lengkap dapat dilihat pada lampiran. Namun setelah konsultasi dengan *expert*, jumlah pernyataan menjadi 40 item dan dilakukan revisi pada penulisan kalimat di pernyataan dan indikator skala penelitian. Setelah dikonsultasikan kembali, tidak terdapat koreksi dan angket sudah bisa digunakan sebagai instrumen penelitian yang akan diisi oleh responden. Angket kontrol diri setelah diuji validitasnya dapat dilihat pada lampiran.

b. Uji validitas skala perilaku belanja *online*

Pada skala perilaku belanja *online* setelah dilakukan pengujian dengan *expert* tidak terdapat koreksi sehingga skala bisa langsung digunakan sebagai angket penelitian.

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2012). Arikunto (dalam Mita Kurniasari, 2014)

menambahkan bahwa “Reliabilitas menunjuk suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik”.

Skor reliabilitas bergerak dari 0 – 1. Namun, skala sebaiknya memiliki reliabilitas sebesar 0,9. Walaupun skor tersebut belum bisa dicapai, paling tidak 0,8 yang bisa digunakan. Berikut ini klasifikasi skor reliabilitas (Jelpa Periantolo, 2015):

Tabel 4. Klasifikasi Skor Reliabilitas

Skor	Klasifikasi
$\geq 0,9$	Sangat Bagus
0,8 – 0,89	Bagus
0,7 – 0,79	Cukup Bagus
0,6 – 0,7	Kurang Bagus
$\leq 0,6$	Tidak Bagus

Untuk menguji reliabilitas instrumen pada penelitian ini, peneliti menggunakan rumus *Alpha Cronbach* (Burhan Nugiyantoro, dkk., 2009) dengan menggunakan aplikasi *software SPSS ver. 16.0*. Uji coba reliabilitas dilakukan pada 138 sampel penelitian. Setelah data hasil pengisian angket terkumpul, dilakukan uji reliabilitas pada koefisien kontrol diri dengan nilai sebesar 0,786. Dari hasil tersebut diketahui bahwa reliabilitas instrumen pada penelitian ini termasuk dalam klasifikasi yang cukup bagus untuk digunakan. Hasil perhitungan uji reliabilitas dapat dilihat pada lampiran.

I. Teknik Analisis data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul.

Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2012).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif. Analisis data dilakukan dengan menggunakan aplikasi *software SPSS ver. 16.0*. Analisis data mencakup seluruh kegiatan mendeskripsikan, menganalisis dan menarik kesimpulan dari semua data kuantitatif yang terkumpul dalam penelitian ini. Setelah data terkumpul, kemudian dilakukan pengkategorisasian variabel penelitian. Penentuan kategori kecenderungan tiap-tiap variabel didasarkan pada norma atau ketentuan kategori. Saifuddin Azwar (2014) menjelaskan langkah-langkah pengkategorisasian tiap variabel adalah sebagai berikut:

- a. Menentukan skor tertinggi dan terendah

$$\text{Skor tertinggi} = 4 \times \text{jumlah item}$$

$$\text{Skor terendah} = 1 \times \text{jumlah item}$$

- b. Menghitung *mean* ideal (M)

$$M = \frac{1}{2} (\text{skor tertinggi} + \text{skor terendah})$$

- c. Menghitung standar deviasi (SD)

$$SD = \frac{1}{6} (\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah})$$

Hasil perhitungan tersebut digunakan untuk menentukan kategorisasi pada masing-masing variabel dengan menggunakan ketentuan sebagai berikut:

Tinggi : $(\mu + 1,0\sigma) \leq X$

Sedang : $(\mu - 1,0\sigma) \leq X < (\mu + 1,0\sigma)$

Rendah : $X < (\mu - 1,0\sigma)$

Keterangan:

X: jumlah skor nilai tes

μ : *mean* ideal

σ : standar deviasi

Setelah dilakukan pengkategorisasian tiap-tiap variabel, selanjutnya dilakukan analisis data. Analisis data pada penelitian ini dilakukan melalui uji hipotesis. Penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel bebas (kontrol diri) dan variabel terikat (perilaku belanja *online*) sehingga untuk menguji hubungan antara kedua variabel tersebut dilakukan uji hipotesis penelitian menggunakan analisis korelasi *Product Moment* dari Pearson melalui aplikasi *software SPSS ver. 16.0*.

Setelah diketahui nilai korelasi antara kedua variabel, selanjutnya ditentukan nilai koefisien determinan antara kedua variabel penelitian. Hadi (dalam Mita Kurniasari, 2014) menjelaskan bahwa dalam analisis korelasi terdapat suatu angka yang disebut dengan koefisien determinan yang besarnya adalah kuadrat dari koefisien korelasi (r^2). Koefisien ini disebut koefisien penentu, karena varian yang terjadi pada variabel terikat dapat dijelaskan melalui varian yang terjadi pada variabel bebas.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Subjek dan Waktu Penelitian

1. Deskripsi Subjek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di daerah Yogyakarta, namun subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa asal daerah Kabupaten Belitung yang berkuliah di Yogyakarta dan sudah terdata sebagai anggota IKPB (Ikatan Keluarga Pelajar Belitung) cabang Yogyakarta pada tahun 2016. Sekretariat IKPB terletak di Jalan Bumijo Lor JT 1/1159 Yogyakarta. IKPB adalah organisasi yang mewadahi mahasiswa dan pelajar asal pulau Belitung yang sedang melaksanakan studinya di beberapa daerah di Indonesia. Organisasi IKPB telah ada sejak tanggal 13 Mei 1955, yang dideklarasikan di Medan Pertemuan Buruh (MTB) Kelapa Kampit, Belitung Timur.

Organisasi ini memiliki tujuan untuk mewadahi potensi-potensi pelajar dan mahasiswa dalam hal minat bakat dan pengembangan *soft skill* di luar kegiatan belajar di sekolah atau kampus. Alasan dari tujuan tersebut ialah banyaknya mahasiswa asal Belitung memiliki potensi minat bakat di berbagai bidang, seperti kesenian dan olahraga yang perlu disalurkan oleh suatu organisasi untuk menyatukan visi dan misi masing-masing individu.

Data sampel penelitian ini diperoleh dari mahasiswa Belitung yang kuliah di Yogyakarta baik laki-laki dan perempuan dari semester II sampai dengan semester VIII. Dalam penelitian ini, sampel yang digunakan yaitu

138 mahasiswa dari jumlah populasi sebanyak 211 mahasiswa. secara lengkap profil mahasiswa dapat dilihat pada beberapa tabel berikut ini:

a. Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 5. Profil Mahasiswa Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah
Laki – laki	69
Perempuan	69

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa profil siswa berdasarkan jenis kelamin yang diperoleh dari penelitian adalah jumlahnya sama yaitu masing-masing 69 mahasiswa laki-laki dan perempuan.

b. Berdasarkan Tingkat Semester

Tabel 6. Profil Mahasiswa Berdasarkan Tingkat Semester

Semester	Jumlah
II	46
IV	35
VI	25
VIII	32

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa hasil profil siswa berdasarkan tingkat semester yang diperoleh dari penelitian sebanyak 138 mahasiswa adalah 46 mahasiswa semester II, 35 mahasiswa semester IV, 25 mahasiswa semester VI dan 32 mahasiswa semester VIII.

2. Deskripsi Waktu Penelitian

Waktu penelitian dimulai dari bulan November 2015, dengan rincian sebagai berikut:

- Penyelesaian proposal penelitian : 17 November 2015 – 13 Mei 2016
- Mengurus surat izin penelitian : 16 Mei – 20 Mei 2016

- c. Membagikan angket penelitian : 20 Mei – 23 Mei 2016

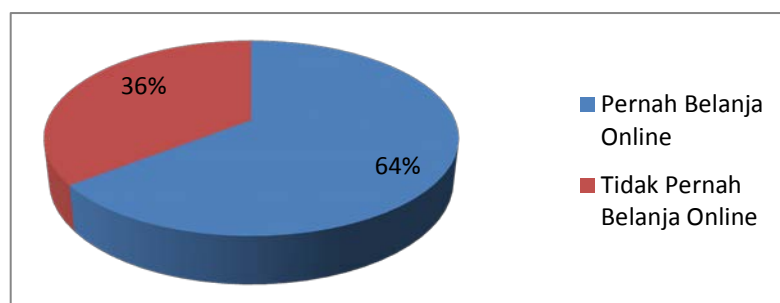
B. Deskripsi Data Hasil Penelitian

1. Deskripsi Data Perilaku Belanja *Online*

Pada pembahasan berikut ini disajikan hasil penelitian berdasarkan data-data yang telah diperoleh dalam penelitian. Skala yang digunakan untuk mengidentifikasi perilaku belanja *online* adalah skala perilaku dengan pilihan jawaban. Deskripsi data yang disajikan merupakan data mengenai gambaran umum responden, data perilaku belanja *online* secara umum, deskripsi frekuensi, waktu yang digunakan, biaya yang dikeluarkan, serta alasan untuk belanja secara *online*.

a. Gambaran umum responden

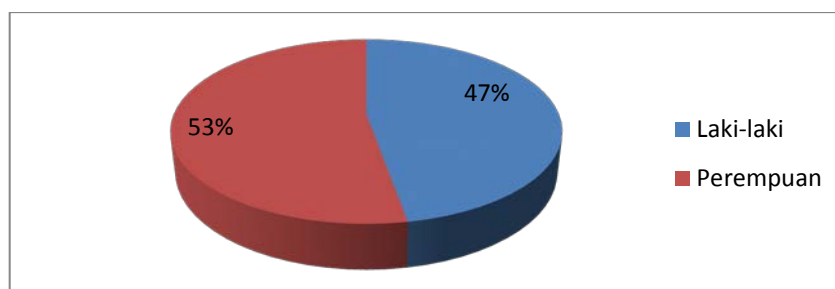
Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh data bahwa dari 138 sampel penelitian, sebanyak 89 mahasiswa (64%) yang pernah belanja *online* dan 49 mahasiswa (35%) tidak pernah belanja *online*. Hasil presentase tersebut dapat disajikan pada diagram berikut ini:



Gambar 4. Diagram Presentase Belanja *Online* Responden

Dari jumlah sebanyak 89 mahasiswa yang pernah belanja *online*, terdapat 42 mahasiswa laki-laki (47%) dan 47 mahasiswa

perempuan (53%) yang pernah belanja *online*. Hasil presentase tersebut dapat disajikan pada diagram berikut ini:



Gambar 5. Diagram Presentase Belanja *Online* Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

b. Data Perilaku Belanja *Online*

Data perilaku belanja *online* yang dideskripsikan secara umum dilihat dari banyaknya frekuensi belanja *online* masing-masing responden. Data yang dideskripsikan meliputi skor minimal, skor maksimal, *mean*, dan standar deviasi. Hasil perhitungan data tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 7. Deskripsi Data Perilaku Belanja *Online*

Variabel	Jumlah Item	Statistik	Hipotetik	Empirik
Kontrol Diri	138	Minimum	0	0
		Maksimum	12	12
		<i>Mean</i>	6	2,43
		SD	2	2,61

Berdasarkan data pada tabel 7 di atas, dapat diketahui bahwa skor maksimum untuk skala perilaku belanja *online* adalah sebesar 12 dan skor minimum sebesar 0. Skor rata-rata kontrol diri sebesar 2,43, sedangkan standar deviasinya sebesar 2,61 sehingga dapat diperoleh batasan skor kategorisasi perilaku belanja *online* yang tinggi berada pada kisaran skor >8 , batasan skor kategorisasi perilaku belanja *online*

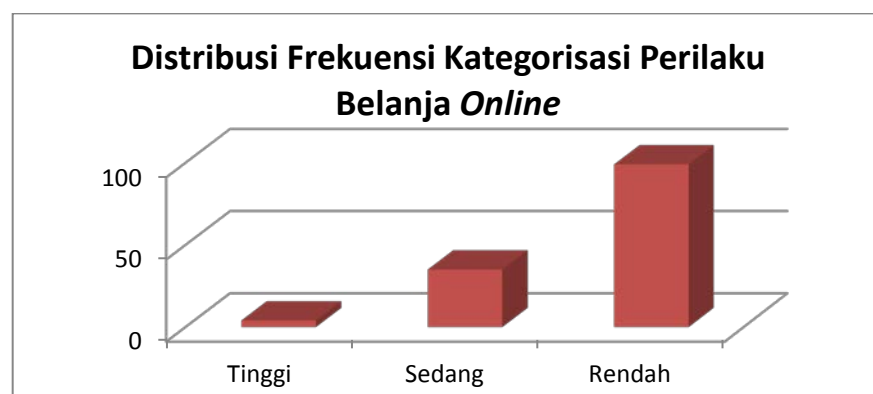
yang sedang pada kisaran skor 4 – 8, dan kategorisasi perilaku belanja *online* yang rendah pada kisaran < 4.

Adapun distribusi frekuensi yang diperoleh dari perhitungan kategori dapat dilihat pada tabel 8 berikut ini:

Tabel 8. Deskripsi Frekuensi Kategorisasi Perilaku Belanja *Online*

No.	Kriteria	Kategori	Frekuensi	Presentase
1	> 8	Tinggi	4	2,9 %
2	4 – 8	Sedang	35	25,4%
3	< 4	Rendah	99	71,7%
Total			138	100%

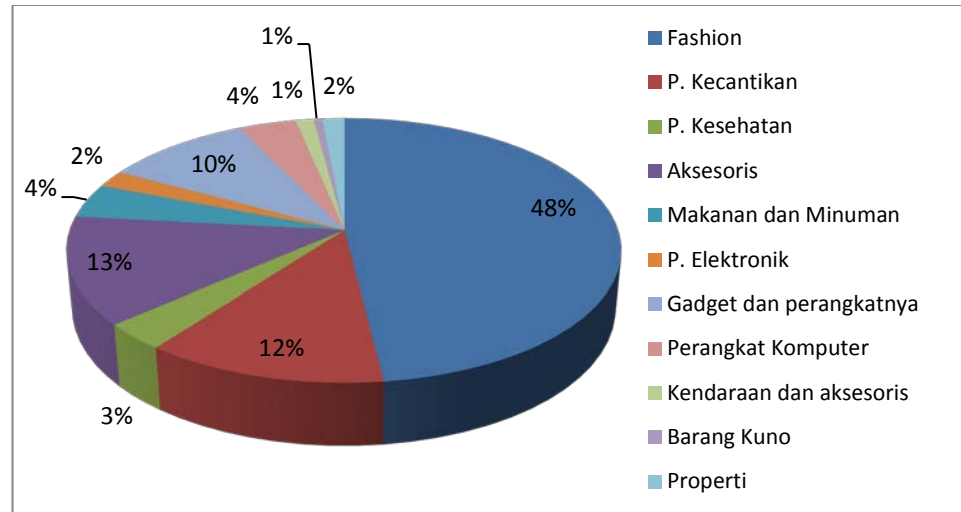
Berdasarkan tabel 8 di atas, maka dapat dilihat bahwa dari 138 mahasiswa Belitung yang kuliah di Yogyakarta terdapat sebanyak 4 mahasiswa (2,9%) yang belanja *online* dengan kategori tinggi, 35 mahasiswa (25,4%) yang belanja *online* dengan kategorisasi sedang, dan 99 mahasiswa (71,7%) yang belanja *online* dengan kategorisasi rendah. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa perilaku belanja *online* mahasiswa Belitung yang kuliah di Yogyakarta termasuk dalam kategorisasi rendah yang mencapai 71,7%. Sebaran data pada masing-masing kategori disajikan pada grafik berikut ini:



Gambar 6. Distribusi Frekuensi Kategorisasi Perilaku Belanja *Online*

c. Frekuensi Belanja *Online*

Frekuensi belanja *online* yang dilakukan oleh mahasiswa diukur dari banyaknya produk yang dibeli. Dari data hasil penelitian, diperoleh jumlah seluruh produk yang dibeli oleh mahasiswa yaitu sebanyak 335 produk yang dapat dilihat pada diagram berikut ini:

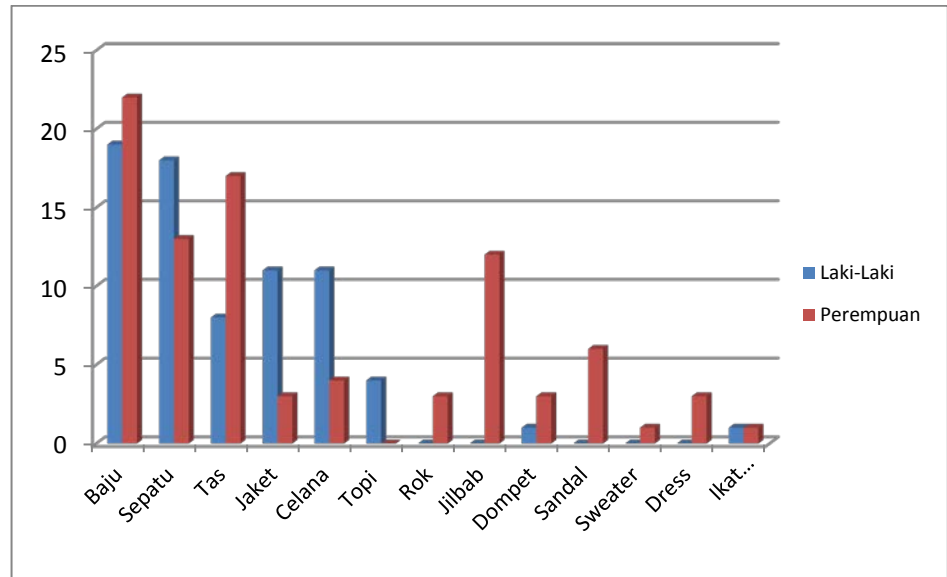


Gambar 7. Diagram Frekuensi Belanja *Online* Mahasiswa

Berdasarkan diagram di atas, dapat disimpulkan bahwa produk yang dibeli mahasiswa terdiri dari 161 produk *fashion* (48%), 41 produk kecantikan (12%), 11 produk kesehatan (3%), 44 aksesoris (13%), 14 produk makanan dan minuman (4%), 7 produk elektronik (2%), 33 produk *gadget* dan perangkatnya (10%), 13 perangkat komputer (4%), 4 produk kendaraan dan aksesorisnya (1%), 2 produk berupa barang kuno (1%), dan 5 produk properti (2%). Macam-macam produk yang dibeli oleh mahasiswa dapat dilihat secara rinci pada penjelasan berikut:

1) *Fashion*

Perilaku belanja *online* mahasiswa disajikan pada grafik berikut ini:

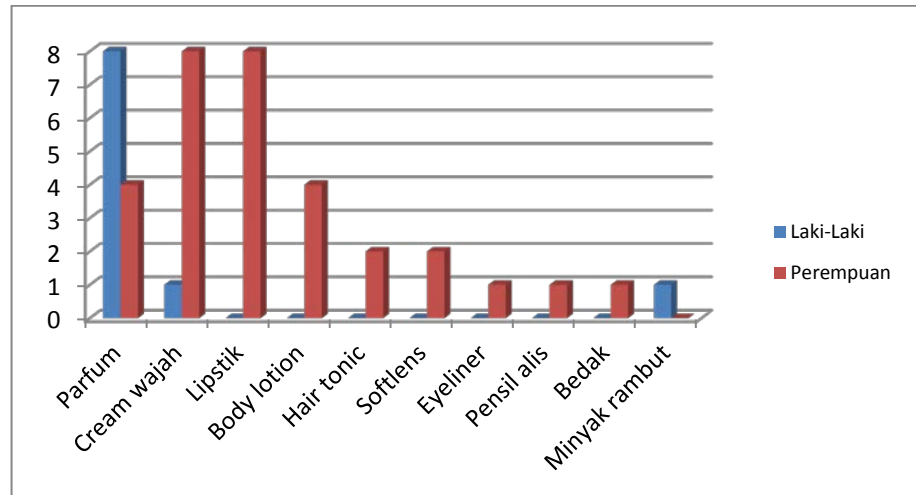


Gambar 8. Grafik Frekuensi Belanja *Online* Produk *Fashion*

Dari grafik di atas, secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa mahasiswa laki-laki lebih banyak membeli sepatu, jaket, dan celana, dibandingkan dengan mahasiswa perempuan. Sedangkan mahasiswa perempuan lebih banyak membeli baju, tas dan dompet, dibandingkan dengan mahasiswa laki-laki. Produk berupa topi hanya dibeli oleh mahasiswa laki-laki dan tidak ada mahasiswa perempuan yang membelinya. Pada produk seperti rok, jilbab, sandal, *sweater*, dan *dress* hanya dibeli oleh mahasiswa perempuan, namun tidak dibeli oleh mahasiswa laki-laki. Untuk ikat pinggang dibeli oleh masing-masing 1 mahasiswa laki-laki dan mahasiswa perempuan.

2) Produk Kecantikan

Perilaku belanja *online* mahasiswa disajikan pada grafik berikut ini:

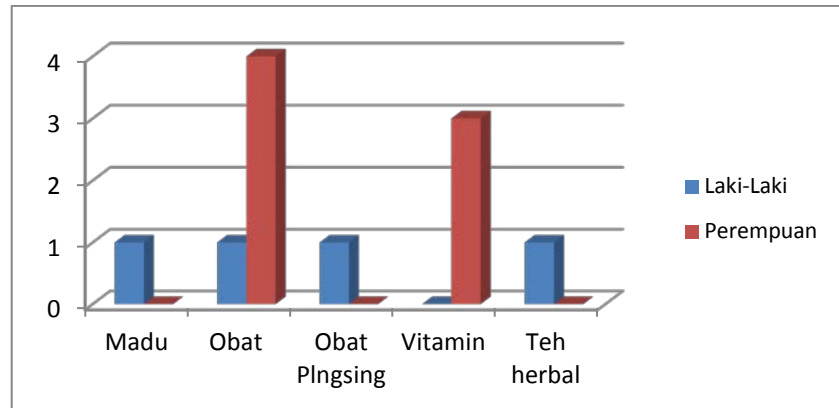


Gambar 9. Grafik Frekuensi Belanja *Online* Produk Kecantikan

Dari grafik di atas secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa mahasiswa laki-laki lebih banyak membeli parfum dibandingkan dengan mahasiswa perempuan. Sedangkan mahasiswa perempuan lebih banyak membeli *cream* wajah dibandingkan dengan mahasiswa laki-laki. Pada produk seperti minyak rambut hanya dibeli oleh mahasiswa laki-laki dan tidak dibeli oleh mahasiswa perempuan. Produk yang hanya dibeli oleh mahasiswa perempuan dan tidak dibeli oleh mahasiswa laki-laki adalah lipstik, *body lotion*, *hair tonic*, *softlens*, *eyeliner*, pensil alis dan bedak.

3) Produk Kesehatan

Perilaku belanja *online* mahasiswa disajikan pada grafik berikut ini:

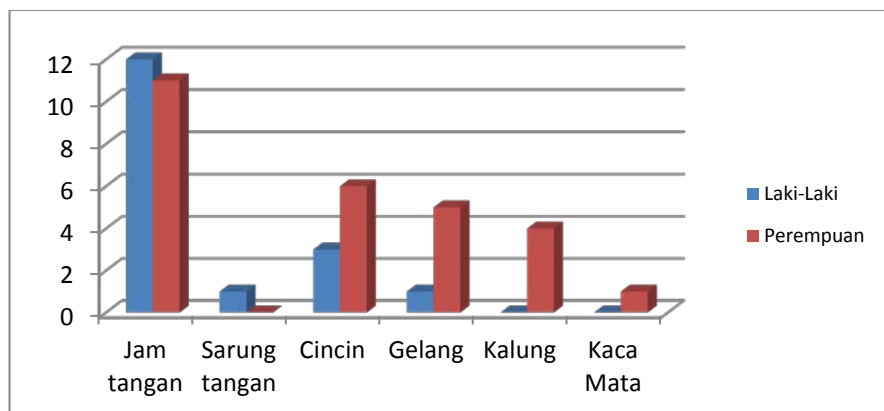


Gambar 10. Grafik Frekuensi Belanja *Online* Produk Kesehatan

Dari grafik di atas dapat disimpulkan bahwa mahasiswa perempuan lebih banyak membeli produk berupa obat dibandingkan dengan mahasiswa laki-laki. Produk seperti madu, obat pelangsing dan teh herbal hanya dibeli oleh mahasiswa laki-laki dan tidak ada mahasiswa perempuan yang membelinya. Produk yang hanya dibeli oleh mahasiswa perempuan adalah vitamin, dan tidak ada mahasiswa laki-laki yang membelinya.

4) Aksesoris

Perilaku belanja *online* mahasiswa disajikan pada grafik berikut ini:

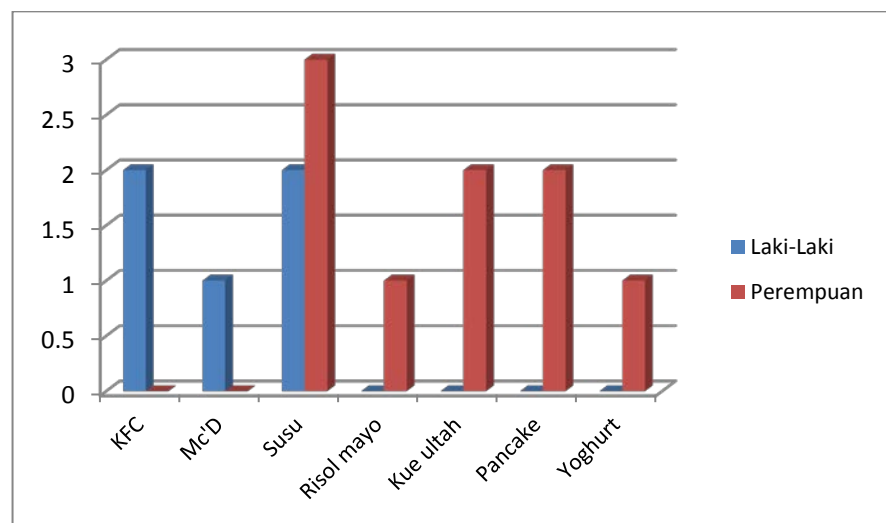


Gambar 11. Grafik Frekuensi Belanja *Online* Produk Aksesoris

Dari grafik tersebut dapat disimpulkan bahwa mahasiswa laki-laki lebih banyak membeli jam tangan dibandingkan dengan mahasiswa perempuan. Sedangkan mahasiswa perempuan lebih banyak membeli cincin dan gelang dibandingkan dengan mahasiswa laki-laki. Untuk produk seperti sarung tangan hanya dibeli oleh mahasiswa laki-laki dan tidak ada mahasiswa perempuan yang membelinya. Produk yang hanya dibeli oleh mahasiswa perempuan dan tidak ada mahasiswa laki-laki yang membelinya adalah kalung dan kaca mata.

5) Makanan dan Minuman

Perilaku belanja *online* mahasiswa disajikan pada grafik berikut ini:



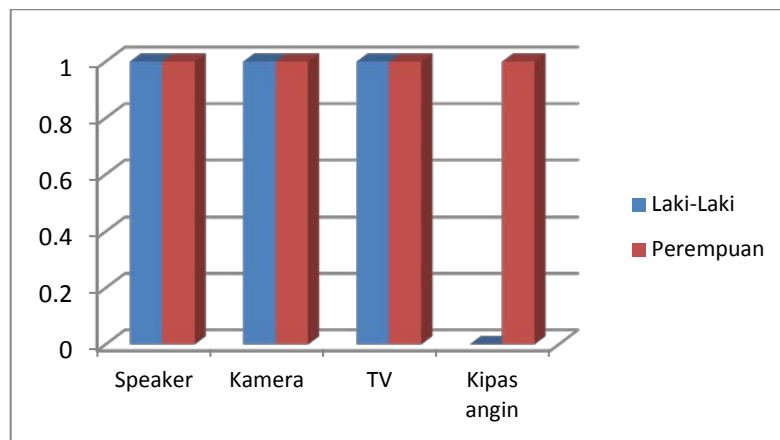
Gambar 12. Grafik Frekuensi Belanja *Online* Produk Makanan dan Minuman

Dari grafik di atas dapat disimpulkan bahwa mahasiswa perempuan lebih banyak membeli susu dibandingkan dengan mahasiswa laki-laki. Untuk makanan KFC dan Mc'D hanya dibeli

oleh mahasiswa laki-laki dan tidak ada mahasiswa perempuan yang membelinya. Produk makanan yang hanya dibeli oleh mahasiswa perempuan dan tidak ada mahasiswa laki-laki yang membelinya adalah risol *mayonnaise*, kue ulang tahun, *pancake*, dan yoghurt.

6) Produk Elektronik

Perilaku belanja *online* mahasiswa disajikan pada grafik berikut ini:

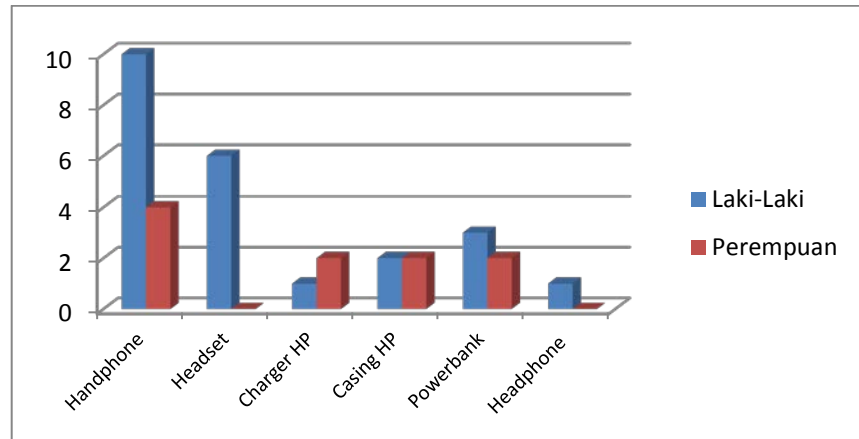


Gambar 13. Grafik Frekuensi Belanja *Online* Produk Elektronik

Dari grafik di atas dapat disimpulkan bahwa pada produk berupa *speaker*, kamera, dan TV dibeli oleh mahasiswa baik laki-laki maupun mahasiswa perempuan dengan perbandingan yang sama yaitu 1 orang yang membelinya. Sedangkan untuk produk kipas angin hanya dibeli oleh mahasiswa perempuan dan tidak dibeli oleh mahasiswa laki-laki.

7) *Gadget dan Perangkatnya*

Perilaku belanja *online* mahasiswa disajikan pada grafik berikut ini:

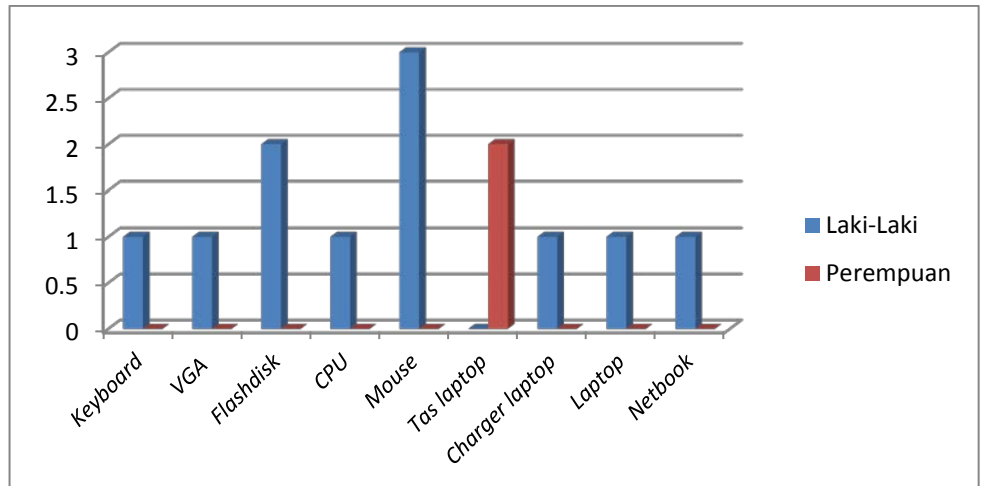


Gambar 14. Grafik Frekuensi Belanja *Online* Produk *Gadget* dan Perangkatnya

Dari grafik di atas dapat disimpulkan bahwa mahasiswa laki-laki lebih banyak membeli *handphone* dan *powerbank* dibandingkan dengan mahasiswa perempuan. Sedangkan mahasiswa perempuan lebih banyak membeli *charger HP* dibandingkan dengan mahasiswa laki-laki. Untuk produk berupa *casing HP* jumlah mahasiswa laki-laki dan perempuan dalam pembelian mempunyai perbandingan yang sama yaitu masing-masing 1 orang. Pada produk *headset* dan *headphone* hanya dibeli oleh mahasiswa laki-laki dan tidak ada mahasiswa perempuan yang membelinya.

8) Perangkat Komputer

Perilaku belanja *online* mahasiswa disajikan pada grafik berikut ini:

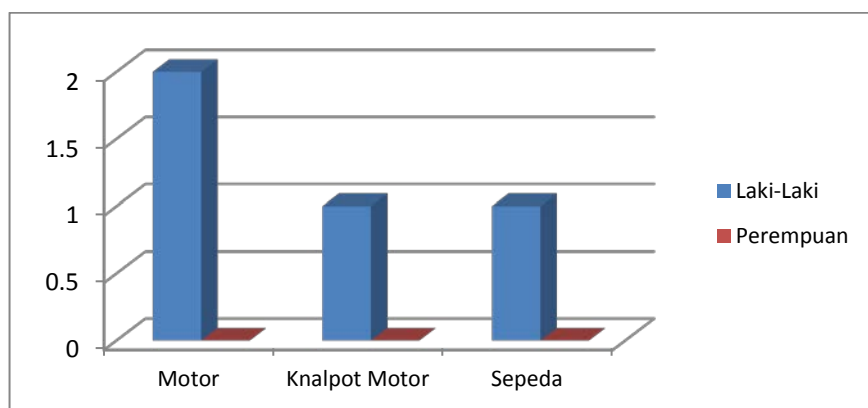


Gambar 15. Grafik Frekuensi Belanja *Online* Perangkat Komputer

Dari grafik di atas dapat disimpulkan bahwa produk berupa *keyboard, VGA, flashdisk, CPU, mouse, charger laptop, laptop* dan *netbook* hanya dibeli oleh mahasiswa laki-laki dan tidak dibeli oleh mahasiswa perempuan, sedangkan *tas laptop* hanya dibeli oleh mahasiswa perempuan dan tidak dibeli oleh mahasiswa laki-laki.

9) Kendaraan dan aksesorisnya

Perilaku belanja *online* mahasiswa disajikan pada grafik berikut ini:

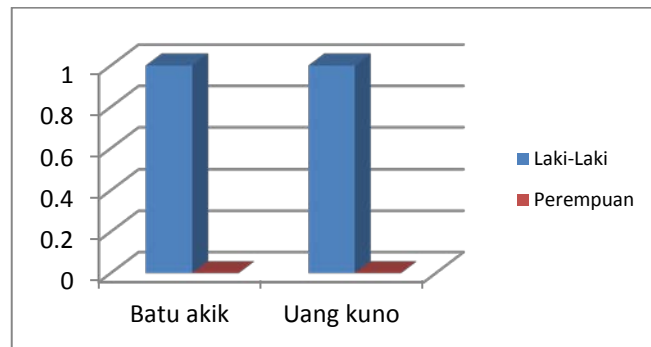


Gambar 16. Grafik Frekuensi Belanja *Online* Perangkat Komputer

Dari grafik di atas dapat disimpulkan bahwa motor, knalpot motor, dan sepeda hanya dibeli oleh mahasiswa laki-laki dan tidak dibeli oleh mahasiswa perempuan.

10) Barang Kuno

Perilaku belanja *online* mahasiswa disajikan pada grafik berikut ini:

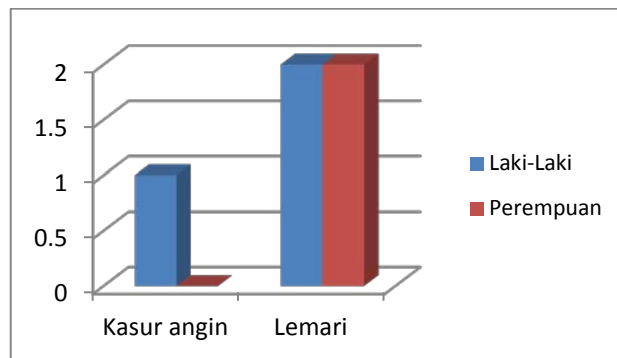


Gambar 17. Grafik Frekuensi Belanja *Online* Barang Kuno

Dari grafik di atas dapat disimpulkan bahwa barang kuno berupa batu akik dan uang kuno hanya dibeli oleh mahasiswa laki-laki dan tidak dibeli oleh mahasiswa perempuan.

11) Properti

Perilaku belanja *online* mahasiswa disajikan pada grafik berikut ini:

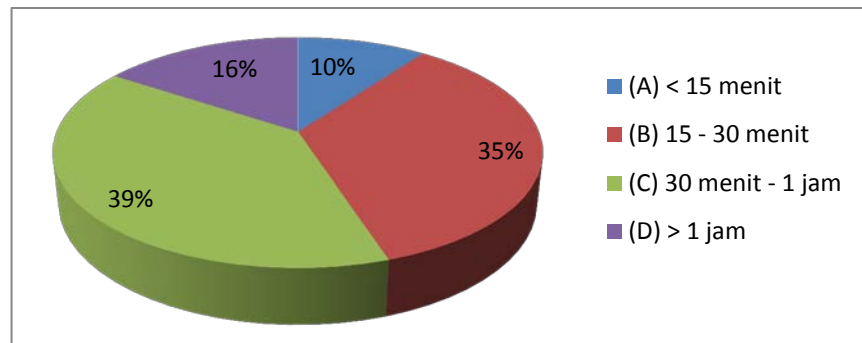


Gambar 18. Grafik Frekuensi Belanja *Online* Properti

Dari grafik di atas dapat disimpulkan bahwa produk kasur angin hanya dibeli oleh mahasiswa laki-laki dan tidak dibeli oleh mahasiswa perempuan. Sedangkan untuk lemari dibeli oleh mahasiswa laki-laki dan perempuan masing-masing sebanyak 2 orang.

d. Waktu untuk Belanja *Online*

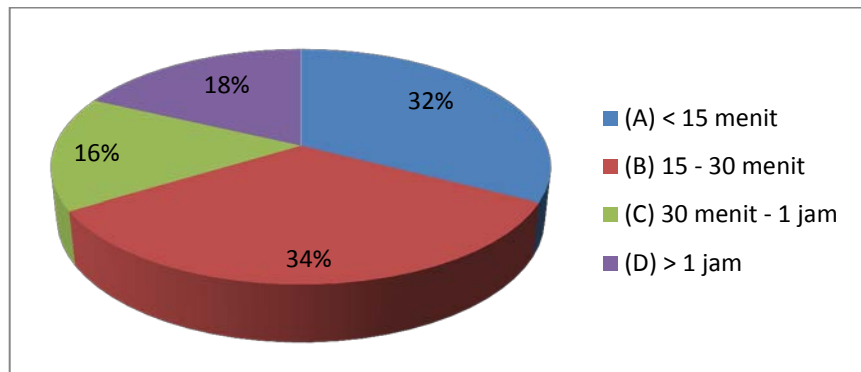
1) Waktu melihat iklan sampai memesan produk



Gambar 19. Diagram waktu melihat iklan-memesan produk

Berdasarkan diagram di atas dapat dilihat bahwa dari 89 mahasiswa yang pernah belanja *online*, menggunakan waktu untuk melihat iklan sampai dengan memesan produk toko *online* berbeda-beda yaitu 9 mahasiswa (10%) selama kurang dari 15 menit, 31 mahasiswa (35%) selama 15 – 30 menit, 35 mahasiswa (39%) selama 30 menit – 1 jam, dan 14 mahasiswa (16%) selama lebih dari 1 jam.

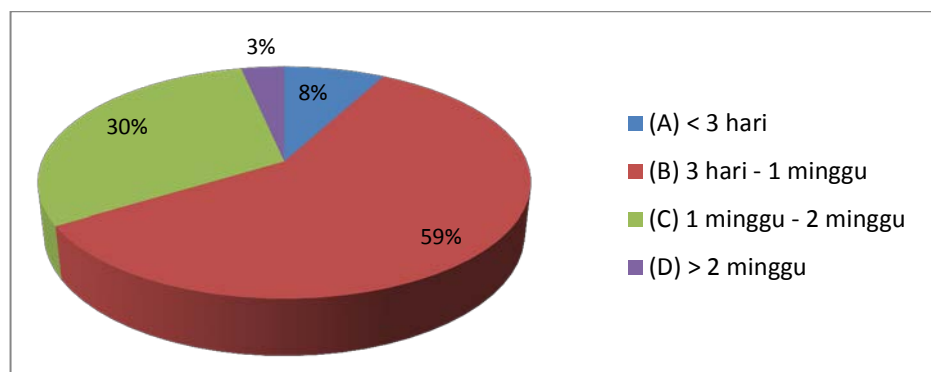
2) Waktu melakukan transaksi pembayaran



Gambar 20. Diagram waktu transaksi pembayaran

Berdasarkan diagram di atas dapat dilihat bahwa dari 89 mahasiswa yang pernah belanja *online*, berbeda-beda dalam menggunakan waktu untuk melakukan transaksi pembayaran kepada penjual produk yaitu 29 mahasiswa (32%) selama kurang dari 15 menit, 30 mahasiswa (34%) selama 15 – 30 menit, 14 mahasiswa (16%) selama 30 menit – 1 jam, dan 16 mahasiswa (18%) selama lebih dari 1 jam.

3) Waktu untuk menunggu produk diterima



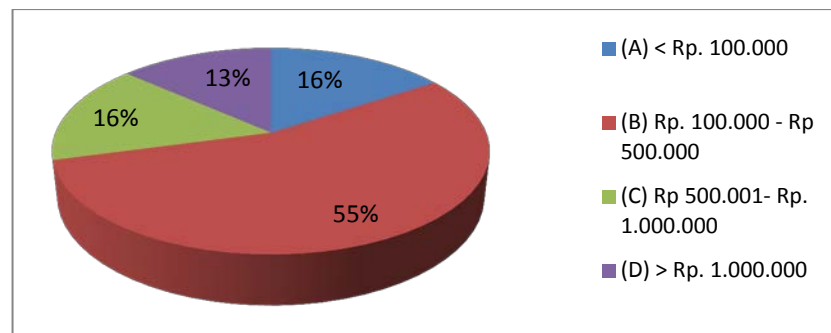
Gambar 21. Diagram waktu menunggu produk diterima

Berdasarkan diagram di atas dapat dilihat bahwa dari 89 mahasiswa yang pernah belanja *online*, untuk menunggu produk

diterima sendiri setelah melakukan transaksi pembayaran mempunyai waktu yang berbeda-beda yaitu 7 mahasiswa (3%) selama kurang dari 3 hari, 52 mahasiswa (34%) selama 3 hari - 1 minggu, 27 mahasiswa (16%) selama 1 minggu – 2 minggu, dan 3 mahasiswa (18%) selama lebih dari 2 minggu.

e. Biaya Belanja *Online*

Biaya yang diukur dalam penelitian ini adalah biaya yang telah dikeluarkan oleh mahasiswa selama 3 bulan terakhir untuk belanja *online*, banyaknya biaya yang telah dikeluarkan mahasiswa disajikan pada diagram berikut ini:

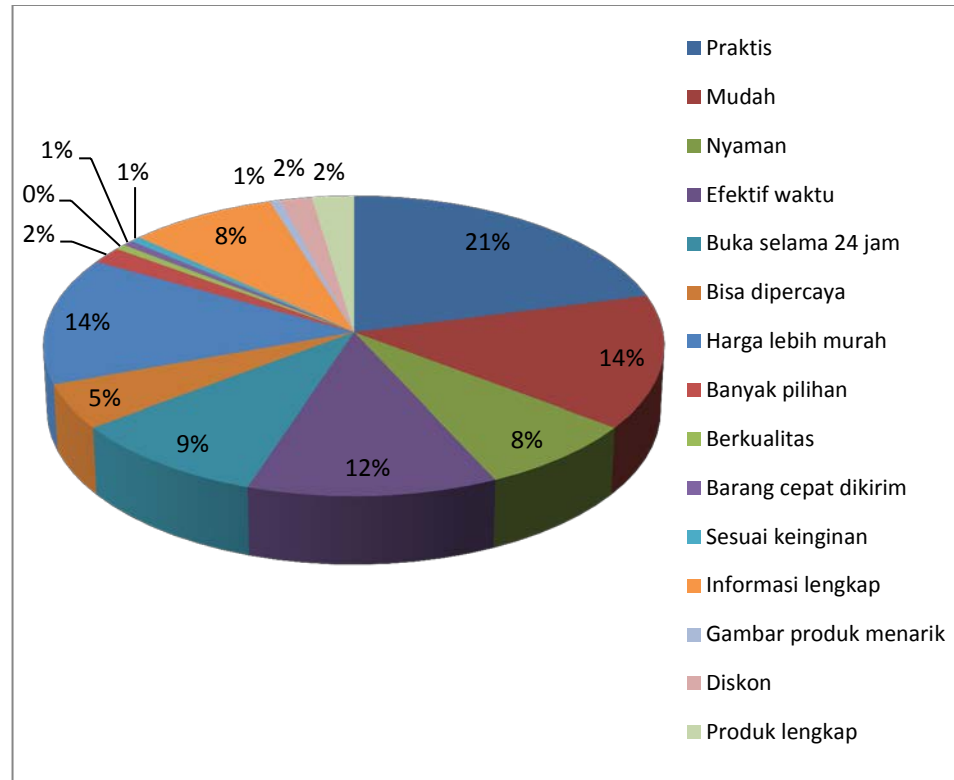


Gambar 22. Diagram Biaya untuk Belanja *Online*

Berdasarkan diagram di atas dapat disimpulkan bahwa dari 89 mahasiswa yang pernah belanja *online*, biaya yang telah dikeluarkan berbeda-beda yaitu sebanyak 14 mahasiswa (16%) mengeluarkan biaya kurang dari Rp. 100.000, 49 mahasiswa (55%) berkisar antara Rp. 100.000 – Rp. 500.000, 14 mahasiswa (16%) berkisar antara Rp. 501.000 – Rp. 1.000.000, dan 12 mahasiswa (13%) mengeluarkan biaya lebih dari Rp. 1.000.000.

f. Alasan Belanja *Online*

Mahasiswa yang menjadi responden dalam penelitian ini mempunyai alasan tersendiri untuk belanja secara *online*. Macam-macam alasan mahasiswa belanja *online* dapat dilihat pada diagram berikut ini:



Gambar 23. Diagram Macam-macam Alasan Belanja *Online*

Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa dari 89 mahasiswa yang pernah belanja *online*, alasan terbanyak untuk melakukan belanja *online* adalah praktis (21%) yaitu dipilih sebanyak 35 mahasiswa, sedangkan alasan yang paling sedikit adalah berkualitas yang dipilih oleh 1 mahasiswa (0%)

2. Deskripsi Data Kontrol Diri

Pada pembahasan berikut disajikan hasil penelitian berdasarkan data-data yang telah diperoleh dalam penelitian. Skala yang digunakan untuk mengidentifikasi kontrol diri adalah skala *Likert* dengan rentangan skor 1 sampai 4, jumlah total pernyataan sebanyak 40 item. Deskripsi data yang disajikan merupakan data secara umum dari kontrol diri yang meliputi: skor minimal, skor maksimal, *mean* dan standar deviasi. Hasil perhitungan data tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 9. Deskripsi Data Kontrol Diri

Variabel	Jumlah Item	Statistik	Hipotetik	Empirik
Kontrol Diri	40	Minimum	40	87
		Maksimum	160	145
		<i>Mean</i>	100	1,162
		SD	20	8,81897

Berdasarkan data pada tabel 9 di atas, dapat diketahui bahwa skor maksimum ideal untuk skala kontrol diri sebesar 160 dan skor minimum sebesar 40. Skor rata-rata kontrol diri sebesar 100, sedangkan standar deviasinya sebesar 20 sehingga dapat diperoleh batasan skor kategorisasi kontrol diri yang tinggi berada pada kisaran skor >120 , batasan skor kategorisasi kontrol diri yang sedang terletak pada kisaran skor 80 – 120, dan kategorisasi kontrol diri rendah pada kisaran < 80 .

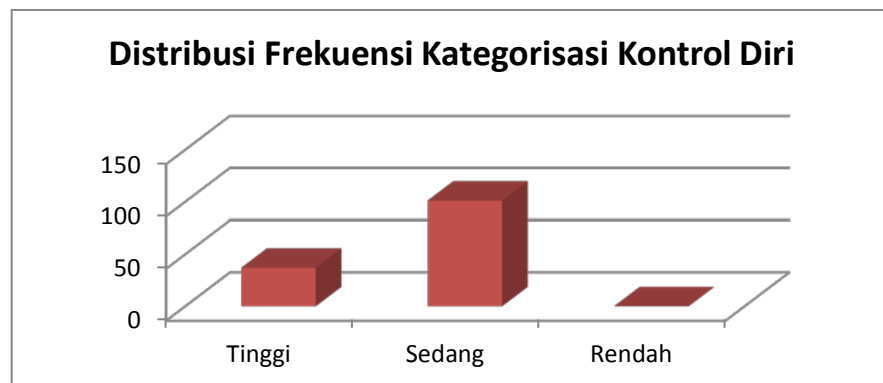
Adapun distribusi frekuensi yang diperoleh dari perhitungan kategori dapat dilihat pada tabel 10 berikut ini:

Tabel 10. Deskripsi Frekuensi Kategorisasi Kontrol Diri

No.	Kriteria	Kategori	Frekuensi	Presentase
1	> 120	Tinggi	37	26,8 %
2	80 – 120	Sedang	101	73,2 %

3	< 80	Rendah	0	0%
Total			138	100%

Berdasarkan tabel 10 di atas, maka dapat dilihat bahwa dari 138 mahasiswa Belitung yang kuliah di Yogyakarta terdapat sebanyak 37 mahasiswa (26,8%) memiliki nilai kontrol diri dalam kategori tinggi, 101 mahasiswa (73,2 %) memiliki nilai kontrol diri dalam kategori sedang, dan tidak ada siswa (0%) yang memiliki nilai kontrol diri dalam kategori rendah. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kontrol diri pada mahasiswa Belitung yang kuliah di Yogyakarta termasuk dalam kategori sedang dengan mencapai 73,2%. Sebaran data pada masing-masing kategori disajikan dalam grafik berikut ini:



Gambar 24. Distribusi Frekuensi Kategorisasi Kontrol Diri

C. Hasil Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menguji hipotesis penelitian. Hipotesis merupakan jawaban sementara atas masalah yang dirumuskan. Hipotesis ini harus diuji kebenarannya agar bisa menghasilkan kesimpulan. Hipotesis dalam penelitian ini adalah “ada hubungan yang negatif antara kontrol diri dengan perilaku belanja *online*” kemudian hipotesis ini

disebut sebagai hipotesis alternatif (H_a), sedangkan hipotesis nihil (H_o) pada penelitian ini adalah “tidak ada hubungan antara kontrol diri dengan perilaku belanja *online*” pada mahasiswa Belitung yang kuliah di Yogyakarta.

Dalam penelitian ini, untuk mencari hubungan antara kontrol diri dengan perilaku belanja *online* pada mahasiswa Belitung yang kuliah di Yogyakarta menggunakan teknik analisis korelasi *Product Moment* dan kemudian ditentukan koefisien determinasi diantara kedua variabel penelitian.

1. Uji Korelasi

Uji korelasi pada penelitian ini menggunakan analisis korelasi *Product Moment* dari Pearson melalui aplikasi *software SPSS ver. 16.0*. Hasil perhitungan uji korelasi terdapat pada lampiran. Adapun hasil uji korelasi diuraikan dalam tabel 11 berikut ini:

Tabel 11. Hasil Uji Korelasi Kontrol Diri dengan Perilaku Belanja *Online*

Hubungan Variabel	N	Koefisien Korelasi	Sig.	Keterangan
X-Y	138	-0,462	0,00	H_a diterima

Dari tabel 13 di atas, diketahui koefisien korelasi antara kontrol diri dan perilaku belanja *online* sebesar -0,462. Dengan demikian hipotesis alternatif (H_a) berbunyi ada hubungan yang negatif antara kontrol diri dengan perilaku belanja *online* diterima.

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien korelasi tersebut, besarnya koefisien korelasi tersebut bertanda negatif, sehingga data disimpulkan bahwa “ada hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku belanja *online* pada mahasiswa Belitung yang kuliah di Yogyakarta tahun 2016”.

Dengan adanya hubungan ini maka semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah perilaku belanja *online*, dan sebaliknya apabila semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi perilaku belanja *online* pada mahasiswa Belitung yang kuliah di Yogyakarta tahun 2016.

2. Koefisien Determinasi

Dalam analisis korelasi terdapat suatu angka yang disebut dengan koefisien determinan yang besarnya adalah kuadrat dari koefisien korelasi (r^2). Oleh karena itu, dapat dilakukan perhitungan koefisien korelasi sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\text{koefisien determinasi} &= r^2 = (-0,462)^2 \\ &= 0,213444 \\ &= 21,3\%\end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, dapat diketahui besarnya koefisien determinasi di antara variabel kontrol diri dengan perilaku belanja *online* adalah sebesar 21,3%. Dari angka tersebut dapat disimpulkan bahwa keterikatan atau hubungan variabel kontrol diri dan variabel perilaku belanja *online* dalam penelitian ini cukup kuat.

D. Pembahasan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diketahui kategori perilaku belanja *online* mahasiswa yaitu dari 138 mahasiswa Belitung yang kuliah di Yogyakarta terdapat sebanyak 4 mahasiswa (2,9%) yang belanja *online* dengan kategori tinggi, 35 mahasiswa (25,4%) yang belanja *online* dengan kategorisasi sedang, dan 99 mahasiswa (71,7%) yang belanja *online* dengan kategorisasi rendah. Dengan demikian, dapat disimpulkan

bahwa perilaku belanja *online* mahasiswa Belitung yang kuliah di Yogyakarta termasuk dalam kategorisasi rendah yang mencapai 71,7%.

Selain itu, dari hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak semua mahasiswa yang menjadi sampel penelitian pernah belanja *online* selama 3 bulan terakhir, namun hanya sebanyak 89 mahasiswa (64%) yang terdiri dari 42 mahasiswa laki-laki (47%) dan 47 mahasiswa perempuan (53%) yang pernah belanja *online*. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa perilaku belanja *online* mahasiswa lebih didominasi oleh perempuan dibandingkan dengan perempuan. Hal ini disebabkan konsumen perempuan cenderung lebih emosional, sedangkan konsumen laki-laki lebih banyak menggunakan nalar. Wanita sering menggunakan emosinya dalam berbelanja. Kalau emosinya sudah menjadi raja sementara keinginan begitu banyak, maka yang terjadi adalah mereka akan jadi pembeli yang royal (Rifa Dwi Styaning Anugrahati, 2014).

Jumlah seluruh produk yang dibeli oleh mahasiswa adalah sebanyak 335 produk yang terdiri dari yang terdiri dari 161 produk *fashion* (48%), 41 produk kecantikan (12%), 11 produk kesehatan (3%), 44 aksesoris (13%), 14 produk makanan dan minuman (4%), 7 produk elektronik (2%), 33 produk *gadget* dan perangkatnya (10%), 13 perangkat komputer (4%), 4 produk kendaraan dan aksesorisnya (1%), 2 produk berupa barang kuno (1%), dan 5 produk properti (2%). Hasil tersebut menunjukkan bahwa produk yang paling banyak dibeli oleh mahasiswa adalah produk *fashion*, sedangkan produk yang paling sedikit dibeli oleh mahasiswa adalah barang kuno.

Hasil tersebut sesuai dengan latar belakang pada penelitian ini bahwa produk yang paling banyak diminati oleh saat ini adalah produk *fashion*, karena produk *fashion* dapat mendukung perubahan identitas diri mereka melalui penampilan. Kemudian Hurlock (1999) mengemukakan bahwa remaja ingin menunjukkan bahwa mereka dapat mengikuti *mode* atau *fashion* yang sedang tren dalam menunjang penampilan mereka dimuka publik.

Dari hasil penelitian mengenai alasan mahasiswa yang memutuskan untuk belanja *online* dibandingkan belanja langsung di toko, terdapat bermacam-macam alasan yaitu praktis, mudah, nyaman, efektif waktu, buka selama 24 jam, bisa dipercaya, harga lebih murah, banyak pilihan, berkualitas, barang cepat dikirim, sesuai keinginan, informasi lengkap, gambar produk menarik, ada diskon, dan produk lengkap. Namun, alasan yang paling dipilih mahasiswa untuk belanja *online* adalah karena praktis.

Mengenai kontrol diri mahasiswa, diketahui bahwa mahasiswa Belitung yang kuliah di Yogyakarta yang memiliki kontrol diri yang tinggi sebanyak 37 orang (26,8%), kontrol diri yang sedang sebanyak 101 orang (73,2%), dan tidak ada (0%) mahasiswa yang memiliki kontrol diri yang rendah. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa Belitung yang kuliah di Yogyakarta memiliki kontrol diri yang sedang dan tidak ada mahasiswa yang memiliki kontrol diri yang rendah. Kontrol diri mahasiswa dapat dilihat dari kemampuan mengontrol perilaku, mengontrol perilaku, dan kemampuan mengontrol keputusan.

Sebagian besar mahasiswa berada pada usia remaja. Kontrol diri mahasiswa dari hasil penelitian berada pada kategori sedang, sehingga

keadaan tersebut sesuai dengan pendapat Hurlock (1973) bahwa pada masa remaja kemampuan mengontrol diri berkembang seiring dengan kematangan emosi. Remaja dikatakan sudah mencapai kematangan emosi bila pada akhir masa remajanya tidak meledak emosinya di hadapan orang lain. Akan tetapi, menunggu saat dan tempat yang lebih tepat untuk mengungkapkan emosinya dengan cara-cara yang lebih diterima.

Selanjutnya, Hurlock (dalam Rita Eka Izzaty, dkk., 2008) juga menjelaskan bahwa kontrol diri memungkinkan remaja untuk berpikir atau berperilaku yang lebih terarah, dapat menyalurkan dorongan-dorongan perasaan dalam dirinya secara benar dan tidak menyimpang dari norma-norma dan aturan-aturan yang berlaku di lingkungan sekitarnya (Hurlock, 1991).

Hasil analisis dari data penelitian yang menggunakan analisis korelasi terhadap variabel kontrol diri dan variabel perilaku belanja *online* menunjukkan bahwa angka koefisien korelasi (r_{xy}) sebesar -0,462 dengan $p = 0,00$ ($<0,05$). Hal ini membuktikan hasil penelitian bahwa ada hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku belanja *online* pada mahasiswa.

Nilai r_{xy} negatif yang terdapat dalam penelitian ini menunjukkan arah kedua variabel yang negatif, yaitu semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah perilaku belanja *online*, dan sebaliknya apabila semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi perilaku belanja *online* pada mahasiswa Belitung yang kuliah di Yogyakarta tahun 2016. Hasil tersebut didukung oleh penelitian Regina, dkk. (2015) yang meneliti tentang hubungan antara *self-control* dengan perilaku konsumtif *online shopping* produk *fashion* pada mahasiswa fakultas kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011.

Hasil penelitian didapatkan bahwa terdapat hubungan antara *self-control* dengan perilaku konsumtif *online shopping* produk *fashion* pada mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi angkatan 2011 yaitu semakin tinggi *self-control* maka semakin rendah perilaku konsumtif *online shopping* produk *fashion*, sebaliknya semakin rendah *self-control* maka semakin tinggi perilaku konsumtif *online shopping* produk *fashion*.

Hubungan yang terjadi jika kontrol dirinya tinggi maka perilaku belanja *online*-nya rendah disebabkan karena ketika mahasiswa memiliki kontrol diri yang tinggi, ia akan mampu untuk menahan keinginan-keinginan yang muncul baik dari dalam maupun dari luar diri mahasiswa tersebut sehingga tidak berlebihan dalam berbelanja *online* dan berbelanja *online* dengan mengutamakan kebutuhan. Meskipun terdapat berbagai kemudahan dalam belanja *online*, namun sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian, mahasiswa bisa memikirkan manfaat dan dampak dari produk yang akan dibeli. Didukung dengan pendapat Mahoney dan Thoresen dalam Robert (1975), individu dengan kontrol diri tinggi sangat memerhatikan cara-cara yang tepat untuk berperilaku dalam situasi yang bervariasi.

Hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kontrol diri dan perilaku belanja *online* mahasiswa Belitung yang kuliah di Yogyakarta mempunyai keterikatan atau hubungan yang cukup erat. Hal ini dapat diketahui dari hasil perhitungan koefisien determinasi dalam penelitian ini yaitu sebesar 0,213 atau 21,3 %.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa Belitung yang kuliah di Yogyakarta memiliki kontrol diri yang

tinggi dan perilaku belanja *online* yang rendah. Tingginya kontrol diri pada mahasiswa dan perilaku belanja *online* yang rendah, menguatkan bahwa hipotesis (H_a) yang diajukan oleh peneliti diterima. Penelitian yang telah dilakukan menunjukkan hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku belanja *online* pada mahasiswa Belitung yang kuliah di Yogyakarta tahun 2016. Hasil penelitian ini diartikan jika kontrol diri tinggi maka perilaku belanja *online*-nya rendah, dan sebaliknya jika kontrol dirinya rendah maka perilaku belanja *online*-nya tinggi.

E. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tidak luput dari adanya hambatan atau keterbatasan. Keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini yaitu subjek penelitian mempunyai cakupan yang kurang luas karena terbatas pada mahasiswa yang berasal dari suatu daerah. Ciri-ciri yang terdapat pada mahasiswa dari daerah Belitung belum tentu sama dengan ciri-ciri mahasiswa dari daerah lain, sehingga hasil dari penelitian ini tidak bisa mewakili perilaku belanja *online* dan kontrol diri pada populasi mahasiswa dari daerah selain Belitung.

Teknik *sampling* yang digunakan ini bisa dikatakan tidak secara murni menggunakan *simple random sampling*. Pada teknik *simple random sampling*, langkah awal yang dilakukan peneliti adalah menentukan secara acak siapa saja yang akan menjadi sampel penelitian berdasarkan data populasi yang ada. Namun, keberadaan mahasiswa Belitung di Yogyakarta yang terpecah membuat peneliti mengalami kesulitan dalam meminta subjek untuk mengisi instrumen penelitian sehingga sebelum bertemu dengan subjek, peneliti harus

menanyakan kesediaannya terlebih dahulu untuk menjadi subjek penelitian. Ketika mahasiswa tersebut tidak bersedia menjadi subjek penelitian, maka peneliti tentunya harus memilih alternatif lain, yaitu menggantinya dengan mahasiswa Belitung yang lain, yang belum dipilih sebelumnya.

Selain itu, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa besarnya keterikatan atau hubungan antara kontrol diri dengan perilaku belanja *online* adalah 21,3%. Artinya, hubungan diantara kedua variabel tersebut tidak sepenuhnya kuat, dan dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa masih ada variabel lainnya yang berhubungan dengan perilaku belanja *online* selain variabel kontrol diri.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Terdapat hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku belanja *online* pada mahasiswa Belitung yang kuliah di Yogyakarta tahun 2016. Semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah perilaku belanja *online*, dan sebaliknya jika semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi perilaku belanja *online*-nya. Terlihat dari nilai korelasi sebesar -0,462 dengan $p = 0,00 (< 0,05)$
2. Berdasarkan kategorisasi kontrol diri sebesar 26,8% atau 37 dari 138 mahasiswa memiliki skor nilai kontrol diri dalam kategori tinggi, sebanyak 101 orang (73,2%) pada kategori sedang, dan 0% atau tidak ada mahasiswa dengan kontrol diri rendah. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Belitung yang kuliah di Yogyakarta tahun 2016 memiliki kontrol diri yang tinggi, artinya mampu mengontrol perilaku, mengontrol kognitif dan mengontrol keputusannya ke arah yang baik.
3. Berdasarkan kategorisasi perilaku belanja *online*, diketahui bahwa dari 138 mahasiswa Belitung yang kuliah di Yogyakarta terdapat sebanyak 4 mahasiswa (2,9%) yang belanja *online* dengan kategori tinggi, 35 mahasiswa (25,4%) yang belanja *online* dengan kategorisasi sedang, dan 99 mahasiswa (71,7%) yang belanja *online* dengan kategorisasi rendah.

Hal ini menunjukkan bahwa perilaku belanja *online* mahasiswa Belitung yang kuliah di Yogyakarta termasuk dalam kategorisasi rendah, artinya mampu mengatur frekuensi belanja *online* dengan tidak belanja secara berlebihan.

4. Berdasarkan hasil deskripsi perilaku belanja *online* diketahui bahwa jumlah seluruh produk yang dibeli oleh mahasiswa adalah sebanyak 335 produk yang terdiri dari yang terdiri dari 161 produk *fashion* (48%), 41 produk kecantikan (12%), 11 produk kesehatan (3%), 44 aksesoris (13%), 14 produk makanan dan minuman (4%), 7 produk elektronik (2%), 33 produk *gadget* dan perangkatnya (10%), 13 perangkat komputer (4%), 4 produk kendaraan dan aksesorisnya (1%), 2 produk berupa barang kuno (1%), dan 5 produk properti (2%). Hasil tersebut menunjukkan bahwa produk yang paling banyak dibeli oleh mahasiswa adalah produk *fashion*, sedangkan produk yang paling sedikit dibeli oleh mahasiswa adalah barang kuno.

B. Saran

- a. Bagi Pendidik (Orang tua, Pembimbing Mahasiswa, dan sebagainya)

Bagi pendidik mahasiswa diharapkan mampu membantu mahasiswa dalam memberikan arahan dan bimbingan agar mampu berperilaku dan menentukan keputusan ke arah yang lebih baik.

- b. Bagi Subjek Penelitian

Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa subjek memiliki kontrol diri dengan kategorisasi tinggi, dan perilaku belanja *online* dengan

kategori yang rendah. Oleh karena itu peneliti mengharapkan agar subjek mampu mempertahankan hasil yang telah dicapai, yaitu tetap bisa mengontrol keinginan untuk belanja *online* secara berlebihan. Selain itu, mahasiswa diharapkan mampu menyikapi dengan bijak terhadap penawaran toko-toko *online* yang semakin banyak bermunculan di internet agar tidak mengalami penipuan karena iklan-iklan palsu yang beredar di toko *online*.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi yang ingin melakukan penelitian tentang perilaku belanja *online*, diharapkan mampu mengembangkan subjek penelitian yang lebih luas, tidak hanya seperti subjek dalam penelitian ini. Selain itu, diharapkan agar peneliti selanjutnya dapat menemukan variabel lain, selain kontrol diri karena hasil penelitian menunjukkan masih terdapat variabel lain yang berhubungan dengan variabel perilaku belanja *online*.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiatmaputra Fajar Pratama. (2014). *Pengguna Internet Indonesia Paling Puas dengan Belanja Online*. Diakses pada tanggal 24 September 2015 pukul 21.57 WIB dari <http://www.tribunnews.com/bisnis/2014/03/21/pengguna-internet-indonesia-paling-puas-dengan-belanja-online>
- Agoes Dariyo. (2004). *Psikologi Perkembangan Remaja*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Anisah Qodaril Thohiroh. (2015). Perilaku Konsumtif melalui *Online Shopping Fashion* pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta. *Naskah Publikasi*. Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Burhan Nurgiyantoro, dkk. (2009). *Statistik Terapan untuk Penelitian Ilmu-ilmu Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Chacha Andira Sari. (2015). Perilaku Berbelanja *Online* Di Kalangan Mahasiswi Antropologi Universitas Airlangga. *Jurnal Skripsi (Volume IV, No.2, Juli 2015)*. Universitas Airlangga.
- Fabian Januarius Kuwado. (2012). Tertipu lewat "*Online Shop*". Diakses pada tanggal 13 Februari 2016 pukul 20:49 WIB dari <http://megapolitan.kompas.com/read/2012/07/27/17303562/Tertipu.lewat.Online.Shop>
- Galih Fajar Fadillah. (2013). Upaya Meningkatkan Pengendalian Diri Penerima Manfaat Melalui Layanan Bimbingan Kelompok di Balai Rehabilitasi Mandiri Semarang. *Skripsi*. Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang.
- Gita Chairun Nisa. (2013). Pengaruh Orientasi Belanja dan *Gender Differences* Terhadap Pencarian Informasi *Online* dan Belanja *Online*. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Haning Dwi Pratiwi. (2013). *Online Shop* Sebagai Cara Belanja di Kalangan Mahasiswa UNNES. *Skripsi*. Fakultas Sosiologi dan Antropologi Universitas Negeri Semarang.
- Harlina Nurtjahjanti. (2012). Hubungan antara Persepsi terhadap Harga dan Kualitas Produk dengan Membeli Produk Fashion *Onlineshop* di Facebook

- pada Mahasiswa Politeknik X Semarang. *Jurnal Psikologi Undip (Volume 11, No.2, Oktober 2012)*. Universitas Diponegoro.
- Hotpascaman S. 2010. Hubungan antara Perilaku Konsumtif dengan Konformitas pada Remaja. *Skripsi*. Universitas Sumatera Utara.
- Iga Serpianing Aroma dan Dewi Retno Suminar. (2012). Hubungan Antara Tingkat Kontrol Diri dengan Kecenderungan Perilaku Kenakalan Remaja. *Jurnal Psikologi Pendidikan dan Perkembangan*. Universitas Airlangga Surabaya.
- Ika Rizki Ramadhani. (2015). Hubungan antara Kontrol Diri dengan Perilaku Seksual Pada Mahasiswa Berdasarkan Tempat Tinggal. *Electronic Theses & Dissertations*. Universitas Gajah Mada.
- Jelpa Periantolo. (2015). *Penyusunan Skala Psikologi: Asyik, Mudah & Bermanfaat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kotler, Philip. & Amstrong, Gary. (2001). *Principles of Marketing (6th Edition)*. New Jersey: Prentice Hall.
- Lina Marliyah, dkk. (2004). *Jurnal Provita*. Jakarta: Buku Obor.
- M. Ali dan M. Arsori. (2012). *Psikologi Remaja Perkembangan Peserta Didik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Mita Kurniasari. (2014). Hubungan antara Kesepian dan Kontrol Diri dengan Intensitas Bermain Game Online siswa SMP Negeri 14 Yogyakarta tahun Pelajaran 2013/2014. *Skripsi*. Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta.
- M. Nur Ghufroon & Rini Risnawita S. (2014). *Teori-teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-ruzz Media.
- Ni Made Isti Paramita Sari. (2013). Peran Gaya Hidup Hedonisme dan *Locus of Control* dalam Menjelaskan Kecenderungan *Shopping Addiction* pada Remaja Putri di Program Studi Psikologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Brawijaya. *Naskah Publikasi*. Universitas Brawijaya.
- Regina C. M. Chita, dkk. (2015). Hubungan antara *Self-control* dengan Perilaku Konsumtif *Online Shopping* Produk *Fashion* pada Mahasiswa Fakultas

Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011. *Jurnal Skripsi* (Volume 3, No.1, Januari-April 2015). Universitas Sam Ratulangi.

Rita Eka Izzaty, dkk. (2008). *Perkembangan Peserta Didik*. Yogyakarta: UNY Press

Saifuddin Azwar. (2014). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Sevilla, Consuelo G. *et. al.* (2007). *Research Methods*. Rex Printing Company. Quezon City.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suhartini dan Toto Rahardjo .(2010). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Motif Belanja Secara *Online* di Komunitas Kaskus Semarang. *Jurnal Skripsi*. Universitas Diponegoro Semarang.

Suhartono dan B. Agung Hartono. (2002). *Perkembangan Peserta Didik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Uhar Suharsaputra. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung: PT Refika Aditama.

Yudrik Jahja. (2013). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.

Yuniar Rachdianti. (2011). Hubungan antara *Self-control* dengan Intentitas Penggunaan Internet Remaja akhir. *Skripsi*. Fakultas Psikologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

Lampiran 1. Uji Validitas Instrumen

A. SKALA KONTROL DIRI

Variabel	Aspek	Indikator	Pernyataan		SR	R	TR	STR
Kontrol Diri	Kontrol Perilaku	Mampu mengontrol respon sesuai keadaan diri	+	Ketika sedang merasa kesal, saya tetap diam untuk menenangkan diri				
				Ketika menyukai seseorang, saya memilih untuk memendam saja				
				Jika melakukan kesalahan, saya menyesalinya dengan segera				
			-	Ketika merasa takut, saya langsung berteriak				
				Saya langsung menangis ketika merasa sedih				
				Saya marah jika seseorang membuat saya kaget				
		Mampu mengontrol perilaku atas situasi yang dihadapi	+	Saya bisa bersabar menunggu kedatangan seseorang				
				Ketika sedang berselisih paham dengan orang lain, saya mencoba memahami pendapatnya terlebih dahulu				
				Jika seseorang membatalkan janji dengan saya, saya mencoba menerima alasannya				
			-	Saya akan membantah pendapat orang lain yang tidak sesuai dengan pendapat saya				
				Ketika sedang terburu-buru pergi ke suatu tempat, saya mengendarai kendaraan dengan kecepatan tinggi				
				Saya berpura-pura tidak menoleh daripada menyapa terlebih dahulu dengan orang yang tidak saya kenal dekat				
		Mampu memilih stimulus yang berguna bagi diri	+	Bagi saya, kritikan yang diberikan orang lain adalah untuk kebaikan saya				
				Saya tidak ingin mengikuti hobi teman yang sering berbelanja				
				Saya memilih untuk menyimpan uang saya sedikit demi sedikit daripada membelanjakannya begitu saja				
			-	Kata-kata sindiran yang saya terima hanya akan menambah tekanan dalam diri saya				
				Saya tidak suka mengikuti peraturan karena membuat saya merasa terkekang				
				Saya takut jika teman tidak menyukai cara saya bercanda dengannya				

Lampiran 1. Uji Validitas Instrumen

		Mampu mengontrol perilaku atas stimulus yang diterima	+	Saya menolak ajakan untuk membolos sekolah				
				Saya menahan diri untuk membeli barang bagus seperti yang dibeli oleh teman				
				Saya menerima pendapat teman tentang penampilan saya yang kurang menarik				
			-	Jika saya tidak menyukai sikap orang lain, saya mengatakan langsung kepada orang tersebut				
				Saya tidak bisa menolak ajakan sahabat saya untuk membeli barang yang sama				
				Saya mudah terpengaruh dengan ajakan teman untuk mengobrol saat guru sedang menerangkan pelajaran				
	Kontrol Kognitif	Mampu memilih informasi yang bermanfaat	+	Saya tidak akan percaya pada suatu hal jika tidak menyaksikannya sendiri				
				Saya hanya mencari informasi di internet jika berhubungan dengan tugas sekolah				
			-	Saya senang jika mendengar kabar ada diskon besar-besaran di suatu toko				
				Saya percaya dengan apapun yang dikatakan sahabat saya karena dia adalah orang yang dekat dengan saya				
		Mampu mengantisipasi keadaan dengan pertimbangan	+	Saya membuat jadwal untuk setiap kegiatan yang akan saya lakukan				
				Saya tidak suka berbicara jika tidak sesuai dengan kebenaran				
				Saya berusaha bersikap baik kepada orang lain meskipun yang saya dapatkan sebaliknya				
			-	Saya merasa malu jika saya tidak mengikuti perkembangan gaya berpakaian zaman sekarang				
				Mempertimbangkan dampak dari perbuatan yang akan saya lakukan hanya akan membuang-buang waktu				
				Saya akan berusaha membuat orang lain yakin dengan ucapan saya, meskipun harus berbohong				
		Mampu melakukan pertimbangan	+	Saya takut menerima hukuman jika melanggar peraturan sekolah				
				Saya tidak akan mengulangi perbuatan yang sama karena sudah				

Lampiran 1. Uji Validitas Instrumen

		sebelum bertindak		pernah menerima resiko dari perbuatan sebelumnya				
				Saya berhati-hati dalam berbicara agar tidak menyakiti perasaan orang lain				
			-	Jika ada barang yang menarik, saya segera membelinya meskipun tidak terlalu dibutuhkan				
				Saya berbicara seadanya dengan orang yang kurang saya sukai				
				Saya melakukan kegiatan apapun tanpa membuat jadwal kegiatan terlebih dahulu				
		Mampu mendahulukan hal-hal yang lebih penting	+	Saya tidak bisa bersantai-santai apabila tugas belum selesai				
				Uang tabungan hanya akan saya gunakan untuk membeli barang yang saya butuhkan				
				Saya menyelesaikan semua pekerjaan rumah yang belum selesai, sebelum pergi jalan-jalan dengan teman				
			-	Daripada kelelahan membantu orang tua di rumah, lebih baik saya mengikuti ajakan teman untuk bermain				
				Ketika ada diskon harga barang, saya tertarik untuk segera membelinya				
	Mengontrol Keputusan	Mampu memilih tindakan yang bermanfaat		Saya memilih ikut berlibur daripada mengerjakan tugas sekolah				
			+	Saya memilih berada di keramaian untuk melupakan kesedihan yang saya alami				
				Jika akan diadakan ujian, saya memilih tempat yang sepi untuk belajar karena lebih menenangkan				
				Sebagian uang saya tabung untuk digunakan jika ada keperluan mendadak di kemudian hari				
			-	Saya rela menghabiskan uang tabungan untuk membeli barang yang sudah lama diinginkan				
				Ketika berbicara, saya tidak memperdulikan kata-kata yang saya ucapkan				
				Saya tidak takut untuk melanggar peraturan sekolah				
		Mampu melakukan tindakan yang tepat	+	Ketika bertengkar dengan orang lain, saya memilih untuk segera bertemu dan membicarakan baik-baik				

Lampiran 1. Uji Validitas Instrumen

				Saya tidak akan memotong pembicaraan orang lain sampai ia selesai berbicara				
				Saya meminta maaf jika melakukan kesalahan				
			-	Saya tidak ingin bertemu dengan orang yang pernah menyakiti hati saya				
				Saya takut menghadapi suatu masalah sehingga saya membiarkannya berlarut-larut				
				Jika orang lain bersalah pada saya, saya akan memaafkan jika dia mau mengakui kesalahannya				

Catatan:

.....

.....

.....

Yogyakarta, 2016
Expert Judgement

Dr. Farida Agus Setiawati, M.Si.
NIP. 19720813 199802 2 001

Lampiran 1. Uji Validitas Instrumen

SKALA KONTROL DIRI SETELAH REVISI

Variabel	Aspek	Indikator	Pernyataan		SR	R	TR	STR
Kontrol Diri	Kontrol Perilaku	Mampu mengontrol perilaku sesuai keadaan dalam diri	+	Ketika sedang merasa kesal, saya tetap diam untuk menenangkan diri				
				Jika merasa bersalah kepada orang lain, saya segera meminta maaf				
			-	Ketika sedang merasa takut, saya langsung berteriak				
				Ketika menyukai seseorang saya langsung mengatakannya				
		Mampu mengontrol perilaku atas situasi di luar diri	+	Ketika sedang berselisih paham dengan orang lain, saya mendengarkan pendapatnya terlebih dahulu				
				Jika saya bertemu dengan teman, saya menyapanya terlebih dahulu				
			-	Saya akan langsung membantah pendapat orang lain yang tidak sesuai dengan pendapat saya				
				Ketika sedang terburu-buru pergi ke suatu tempat, saya mengendarai kendaraan dengan kecepatan tinggi				
		Mampu memilih stimulus yang berguna bagi diri	+	Kritikan yang diberikan orang lain berguna bagi saya untuk bersikap lebih baik lagi				
				Saya menolak ajakan teman untuk berbelanja karena saya mempunyai kebutuhan yang lain				
			-	Kata-kata sindiran membuat saya menjadi tertekan				
				Peraturan sekolah membuat saya menjadi terkekang				
		Mampu mengontrol stimulus yang diterima	+	Saya menolak ajakan untuk membolos sekolah				
				Saya menahan diri untuk membeli barang bagus seperti yang dibeli oleh teman				
			-	Saya tidak bisa menghindari ajakan sahabat saya untuk membeli barang yang sama				
				Saya mudah terpengaruh dengan ajakan teman untuk mengobrol saat guru sedang menerangkan pelajaran				
	Kontrol Kognitif	Mampu melakukan perencanaan untuk mengantisipasi	+	Saya akan membuat jadwal kegiatan agar semua kegiatan menjadi lebih teratur				
				Saya akan menabung sedikit demi sedikit agar bisa membeli barang				

Lampiran 1. Uji Validitas Instrumen

		keadaan		yang saya butuhkan				
				Saya tidak ragu untuk segera menghabiskan uang yang saya miliki				
		-		Saya melakukan kegiatan apapun yang saya sukai tanpa membuat jadwal kegiatan terlebih dahulu				
		Mampu memilih informasi yang bermanfaat	+	Saya berusaha untuk mengintropeksi diri ketika ada kritikan yang ditujukan kepada saya				
				Saya akan menerima kritikan orang lain untuk perubahan diri saya agar lebih baik				
			-	Saya mudah percaya pada diskon besar-besaran di toko <i>online</i>				
				Saya tidak bisa menerima nasehat orang lain yang tidak saya sukai				
		Mampu memperhatikan resiko sebelum bertindak	+	Peraturan sekolah harus saya patuhi agar tidak mendapat hukuman dari guru				
				Saya memikirkan perasaan orang lain sebelum berbicara agar ia tidak merasa tersinggung				
			-	Saya harus membeli barang yang saya inginkan secepatnya, sebelum ada orang lain yang membelinya				
				Saya menerima ajakan teman untuk membolos sekolah agar tidak mengikuti pelajaran yang tidak saya sukai				
		Mampu mendahulukan hal-hal yang lebih penting	+	Uang tabungan akan saya gunakan untuk membeli keperluan sekolah, dan sisanya baru saya gunakan untuk berbelanja				
				Bagi saya, menyelesaikan tugas sekolah lebih penting daripada jalan-jalan dengan teman				
			-	Daripada membantu orang tua di rumah, lebih baik saya mengikuti ajakan teman untuk bermain				
				Saya memilih ikut berlibur daripada mengerjakan tugas sekolah				
	Kontrol Keputusan	Mampu memilih tindakan yang bermanfaat	+	Saya harus belajar giat sebelum ujian untuk mendapatkan nilai yang baik di sekolah				
				Sebagian uang saya tabung untuk digunakan jika ada keperluan mendadak di kemudian hari				
			-	Saya menunda mengerjakan tugas sekolah ketika teman saya mengajak pergi jalan-jalan				

Lampiran 1. Uji Validitas Instrumen

				Saya rela menghabiskan uang tabungan untuk membeli barang yang sudah lama diinginkan				
		Mampu melakukan tindakan yang tepat	+	Ketika bertengkar dengan orang lain, saya segera bertemu dan membicarakannya baik-baik				
				Saya meminta maaf jika melakukan kesalahan				
			-	Saya tidak ingin bertemu dengan orang yang pernah menyakiti hati saya				
				Saya takut menghadapi suatu masalah sehingga saya membiarkannya berlarut-larut				

Catatan:

.....

.....

.....

Yogyakarta, 2016
Expert Judgement

Dr. Farida Agus Setiawati, M.Si.
NIP. 19720813 199802 2 001

B. SKALA PERILAKU BELANJA *ONLINE*

Variabel	Aspek		Indikator Pengukuran						
Perilaku Belanja <i>Online</i>	Waktu	Waktu untuk melihat iklan di toko <i>online</i> sampai memesan produk.	< 15 menit						
			15 menit – 30 menit						
			30 menit – 1 jam						
			> 1 jam						
		Waktu yang digunakan untuk melakukan transaksi pembayaran	< 15 menit						
			15 menit – 30 menit						
			30 menit – 1 jam						
			> 1 jam						
		Waktu yang dibutuhkan untuk pengiriman produk dari penjual kepada pembeli	< 3 hari						
			3 hari – 1 minggu						
			1 minggu – 2 minggu						
			> 2 minggu						
	Frekuensi pembelian produk <i>online</i>		Intensitas Produk	1	2	3	4	dst	Jml
			<i>Fashion</i>						
			Kecantikan						
			Kesehatan						
			Aksesoris						
			Makanan dan minuman						
			Elektronik						
			<i>Gadget</i>						
			Perangkat Komputer/Laptop						
			Kendaraan						
			Barang Kuno						
			Properti						
	Biaya yang pernah dikeluarkan untuk belanja <i>online</i>		< Rp.100.000						
			Rp.100.000 - Rp.500.000						
			Rp.500.001 - Rp. 1.000.000						
			> Rp. 1.000.000						

Catatan:

.....

Yogyakarta, 2016
Expert Judgement

Dr. Farida Agus Setiawati, M.Si.
 NIP. 19720813 199802 2 001

INSTRUMEN PENELITIAN



DISUSUN OLEH :

Anggraini Bhuwaneswary

(12104241033)

**PSIKOLOGI PENDIDIKAN DAN BIMBINGAN
FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN**

UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA

2016

ANGKET PENELITIAN

a. Kata Pengantar

Teman-teman sekalian,

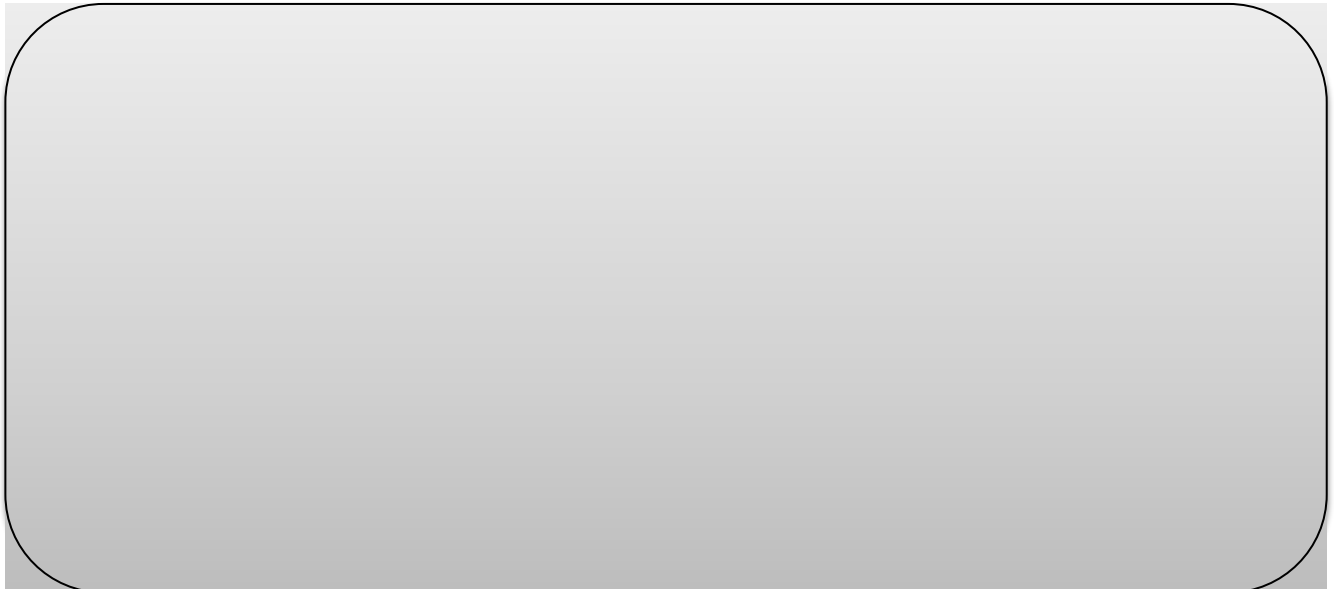
Berikut ini ada beberapa pernyataan yang perlu ditanggapi berkaitan dengan kejujuran. Semua jawaban yang diberikan oleh teman-teman adalah benar bilamana berkaitan dengan apa yang teman rasakan sebenarnya. Setiap jawaban yang diberikan merupakan bantuan yang berharga bagi penelitian ini. Oleh karena itu, kerjakanlah dengan sungguh-sungguh dan pastikan tidak ada yang terlewat. Terimakasih atas respon dan kerjasamanya.

Hormat saya,

Anggraini Bhuwaneswary

Pernyataan Persetujuan

Dengan ini saya:



Yogyakarta, 2016

Tertanda,

Lampiran 2. Angket Penelitian

c. Petunjuk Pengisian :

1. Isilah identitas Saudara dengan lengkap
2. Silahkan Saudara membaca dan memahami setiap pernyataan dalam angket ini. Pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai dengan keadaan diri Saudara yang sebenarnya dengan memberikan tanda centang (✓) pada :

SS : Sangat Sesuai

S : Sesuai

TS : Tidak Sesuai

STS: Sangat Tidak Sesuai

Contoh :

No.	Pernyataan	Alternatif Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1.	Saya bisa menahan kesabaran		✓		

3. Sebelum menjawab, bacalah pernyataan secara cermat dan teliti.
4. Saudara diharapkan menjawab semua pernyataan yang tersedia, jangan sampai ada yang terlewat.
5. Jika Anda ingin merubah jawaban, maka coretlah dengan dua garis jawaban yang ingin diganti dengan jawaban yang Anda rasa lebih sesuai dengan diri Anda.
6. Sebelum angket ini dikembalikan, periksalah kembali sampai Saudara yakin bahwa angket Saudara sudah dijawab semua.

Lampiran 2. Angket Penelitian

SKALA I

No	PERNYATAAN	Alternatif Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1.	Ketika sedang merasa kesal, saya tetap diam untuk menenangkan diri				
2.	Jika merasa bersalah kepada orang lain, saya segera meminta maaf				
3.	Ketika sedang merasa takut, saya langsung berteriak				
4.	Ketika menyukai seseorang saya langsung mengatakannya				
5.	Ketika sedang berselisih paham dengan orang lain, saya mendengarkan pendapatnya terlebih dahulu				
6.	Jika saya bertemu dengan teman, saya menyapanya terlebih dahulu				
7.	Saya akan langsung membantah pendapat orang lain yang tidak sesuai dengan pendapat saya				
8.	Ketika sedang terburu-buru pergi ke suatu tempat, saya mengendarai kendaraan dengan kecepatan tinggi				
9.	Kritikan yang diberikan orang lain berguna bagi saya untuk bersikap lebih baik lagi				
10.	Saya menolak ajakan teman untuk berbelanja karena saya mempunyai kebutuhan yang lain				
11.	Kata-kata sindiran membuat saya menjadi tertekan				
12.	Peraturan sekolah membuat saya menjadi terkekang				
13.	Saya menolak ajakan untuk membolos sekolah				
14.	Saya menahan diri untuk membeli barang bagus seperti yang dibeli oleh teman				
15.	Saya tidak bisa menghindari ajakan sahabat saya untuk membeli barang yang sama				
16.	Saya mudah terpengaruh dengan ajakan teman untuk mengobrol saat guru sedang menerangkan pelajaran				
17.	Saya akan membuat jadwal kegiatan agar semua kegiatan menjadi lebih teratur				
18.	Saya akan menabung sedikit demi sedikit agar bisa membeli barang yang saya butuhkan				
19.	Saya tidak ragu untuk segera menghabiskan uang yang saya miliki				
20.	Saya melakukan kegiatan apapun yang saya sukai tanpa membuat jadwal kegiatan terlebih dahulu				
21.	Saya berusaha untuk mengintropeksi diri ketika ada kritikan yang ditujukan kepada saya				
22.	Saya akan menerima kritikan orang lain untuk perubahan diri saya agar lebih baik				
23.	Saya mudah percaya pada diskon besar-besaran di toko <i>online</i>				
24.	Saya tidak bisa menerima nasehat orang lain yang tidak saya sukai				
25.	Peraturan sekolah harus saya patuhi agar tidak				

Lampiran 2. Angket Penelitian

	mendapat hukuman dari guru				
26.	Saya memikirkan perasaan orang lain sebelum berbicara agar ia tidak merasa tersinggung				
27.	Saya harus membeli barang yang saya inginkan secepatnya, sebelum ada orang lain yang membelinya				
28.	Saya menerima ajakan teman untuk membolos sekolah agar tidak mengikuti pelajaran yang tidak saya sukai				
29.	Uang tabungan akan saya gunakan untuk membeli keperluan sekolah, dan sisanya baru saya gunakan untuk berbelanja				
30.	Bagi saya, menyelesaikan tugas sekolah lebih penting daripada jalan-jalan dengan teman				
31.	Daripada membantu orang tua di rumah, lebih baik saya mengikuti ajakan teman untuk bermain				
32.	Saya memilih ikut berlibur daripada mengerjakan tugas sekolah				
33.	Saya harus belajar giat sebelum ujian untuk mendapatkan nilai yang baik di sekolah				
34.	Sebagian uang saya tabung untuk digunakan jika ada keperluan mendadak di kemudian hari				
35.	Saya menunda mengerjakan tugas sekolah ketika teman saya mengajak pergi jalan-jalan				
36.	Saya rela menghabiskan uang tabungan untuk membeli barang yang sudah lama diinginkan				
37.	Ketika bertengkar dengan orang lain, saya segera bertemu dan membicarakannya baik-baik				
38.	Saya meminta maaf jika melakukan kesalahan				
39.	Saya tidak ingin bertemu dengan orang yang pernah menyakiti hati saya				
40.	Saya takut menghadapi suatu masalah sehingga saya membiarkannya berlarut-larut				

Lampiran 2. Angket Penelitian

SKALA II

- Isilah tabel frekuensi belanja *online* dibawah ini dengan menuliskan jenis produk yang dibeli secara *online* selama 3 bulan terakhir pada kolom nomor yang tersedia.

Contoh :

Intentitas Kategori Produk	Jenis Produk							
<i>Fashion</i>	Baju							
Produk Kecantikan	<i>Cream</i> wajah	Parfum						

Silahkan diisi pada tabel di bawah ini.

Intentitas Kategori Produk	Jenis Produk							
<i>Fashion</i>								
Produk Kecantikan								
Produk Kesehatan								
Aksesoris								
Makanan dan Minuman								
Produk Elektronik								
<i>Gadget</i>								
Perangkat Komputer/ Laptop								
Kendaraan								
Barang kuno								

Lampiran 2. Angket Penelitian

Properti								
----------	--	--	--	--	--	--	--	--

2. Rata-rata waktu yang saya gunakan untuk melihat-lihat di toko *online* sampai dengan memutuskan untuk memesan barang adalah (lingkari jawaban yang sesuai)

 - a. <15 menit
 - b. 15 – 30 menit
 - c. 30 menit – 1 jam
 - d. > 1 jam

3. Rata-rata waktu yang saya gunakan untuk melakukan transaksi pembayaran setelah memesan produk adalah

 - a. <15 menit
 - b. 15 – 30 menit
 - c. 30 menit – 1 jam
 - d. > 1 jam

4. Rata-rata waktu yang saya butuhkan untuk menunggu produk mulai dikirim hingga saya terima sendiri adalah

 - a. < 3 hari
 - b. 3 hari – 1 minggu
 - c. 1 minggu – 2 minggu
 - d. > 2 minggu

5. Rata-rata biaya yang sudah saya keluarkan untuk belanja *online* selama 3 bulan terakhir adalah ...

 - a. < Rp. 100.000
 - b. Rp. 100.000 – Rp. 500.000
 - c. Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
 - d. > Rp. 1.000.000

6. Alasan saya membeli produk secara *online* adalah

 - a. Mudah
 - b. Informasi lengkap
 - c. Efektif waktu
 - d. Bisa dipercaya

Lampiran 2. Angket Penelitian

- e. Harga lebih murah
- f. Praktis
- g. Nyaman
- h. Buka selama 24 jam
- i. Lainnya,.....

DATA SUBJEK PENELITIAN

NO.	NAMA	Jenis Kel.	USIA	UNIVERSITAS	SEMESTER	ALAMAT ASAL
1	DNS	L	20 th	UST	4	Kelapa Kampit, Belitung Timur
2	Ibnu	L	21 th	UKDW	8	Kelapa Kampit, Belitung Timur
3	Martin Kusumah	L	21 th	UMY	8	Jl. Pilang, Desa Dukong Belitung
4	Sabeq Al Haviz	L	20 th	STP AMPTA	4	Kelapa Kampit, Belitung Timur
5	Gagah Sumantri	L	20 th	UNRIYO	6	Belitung Timur
6	Dimas	L	21 th	UPN	8	Kelapa Kampit, Belitung Timur
7	Ihsan	L	21 th	UII	8	Belitung Timur
8	Danang	L	21 th	UMY	8	Kelapa Kampit, Belitung Timur
9	Roron	L	18 th	IST Akprind	2	Jl. Biliton, Belitung Timur
10	Dwi Septi Amelia	P	18 th	UST	2	Belitung Timur
11	Ery Masnaen	L	19 th	UST	2	Belitung Timur
12	Melli	P	18 th	UST	2	Belitung Timur
13	Eko	L	20 th	UNY	8	Kelapa Kampit, Belitung Timur
14	Dede Sapta Jaya	L	20 th	UPY	6	Air Saga, Tanjungpandan, Belitung
15	Agung P	L	21 th	UPY	8	Kelapa Kampit, Belitung Timur
16	Alviando Syah P	L	18 th	UGM	2	Tanjungpandan, Belitung
17	Hidayat Sumarta	L	20 th	UMY	6	Desa Lalang Jaya Manggar, Belitung Timur
18	Boby Kristian	L	18 th	STPMD "APMD"	4	Damar, Belitung Timur
19	HYS	L	20 th	UGM	6	Sijuk, Belitung
20	Apriyandi	L	20 th	STP AMPTA	2	Damar, Belitung Timur
21	Dania Piolita	P	18 th	UST	2	Manggar, Belitung Timur
22	Devi Oktafari	P	18 th	UST	2	Manggar, Belitung Timur
23	Siska Indarti	P	18 th	UST	2	Gantung, Belitung Timur
24	Chianda Luwi	P	18 th	UAD	2	Dendang, Belitung
25	Ricky Septianda	L	20 th	UMY	4	Jl. Anwar, Belitung
26	Riski Romadhona	P	18 th	UST	4	Kelapa Kampit, Belitung Timur
27	IEW	P	18 th	UAD	2	Jl. Abd Rahman, Badau, Belitung
28	AN	P	21 th	UMY	8	Jl. Pagar Alam, Belitung
29	AKS	L	18 th	UNY	2	Jl. Kampung Damai, Belitung
30	Aji Sentosa Putra	L	18 th	UAD	2	Belitung
31	Yoga	L	19 th	UIN Sunan Kalijaga	2	Tanjungpandan, Belitung
32	Rizki Dwi Putra	L	21 th	UPY	6	Gantung, Belitung Timur
33	Martino M	L	18 th	UMY	2	Jl. Kelapa Gading, Tanjung Pandan
34	AS	P	18 th	STTNAS	2	Membalong, Belitung
35	Yuyun	P	19 th	UPY	6	Jl. Air Raya, Tanjungpandan, Belitung
36	Dirga	L	18 th	UAD	2	Jl. Air Rembikang, Belitung
37	Kurnia R	L	19 th	UPY	6	Jl. Kerjan, Tanjungpandan , Belitung
38	Rafiq	L	18 th	STIPRAM	4	Jl. Air Raya, Tanjungpandan, Belitung
39	SO	L	21 th	UIN Sunan Kalijaga	8	Jl. Pangkalalang, Tanjungpandan, Belitung

Lampiran 3. Data Subjek Penelitian

40	H	P	20 th	UPY	6	Jl. Gatot Subroto, Tanjungpandan, Belitung
41	Naufal B. A.	L	17 th	UMY	2	Gantung, Belitung Timur
42	ZA	P	18 th	UMY	2	Jl. Air Raya, Tanjungpandan, Belitung
43	Mierlan	L	19 th	INSTIPER	2	Jl. Air Raya, Tanjungpandan, Belitung
44	IEIN	P	18 th	UAD	2	Jl. Abd Rahman, Badau, Belitung
45	Dwita Umiyati	P	18 th	UST	2	Kelapa Kampit, Belitung Timur
46	AMU	L	21 th	UIN Sunan Kalijaga	4	Jl. Pilang, Tanjungpandan, Belitung
47	MQK	L	20 th	UMY	8	Jl. Batu Itam, Belitung
48	Egidia Safitri	P	19 th	STP AMPTA	2	Jl. Batu Mana, Membalong, Belitung
49	Agustari	P	19 th	UTY	2	Jl. Kerjan Tanjungpandan , Belitung
50	Ikhsanul	L	21 th	UMY	8	Jl. Air Seruk, Belitung
51	Eko Bagus	L	21 th	UMY	8	Jl. Batu Itam, Belitung Timur
52	Wira	L	20 th	UMY	6	Gantung, Belitung Timur
53	N	P	18 th	UAD	2	Jl. Air Merbau, Tanjung Pandan, Belitung
54	Titi	P	19 th	UST	2	Jl. Ali Uyup No. 15 Tanjungpandan, Belitung
55	Oscar	L	17 th	UST	2	Jl. Tanjung Tinggi, Belitung
56	Agnes	P	19 th	UPY	4	Jl. Air Seruk, Tanjungpandan, Belitung
57	Layla	P	20 th	UPY	4	Jl. Kenang, Tanjungpandan, Belitung
58	Yuli	P	20 th	UPY	4	Jl. Pattimura, Tanjungpandan, Belitung
59	Fenni	P	20 th	UPY	4	Jl. Pangkalalang, Tanjungpandan, Belitung
60	Indra	L	20 th	UAD	4	Tanjungpandan, Belitung
61	Kiki	P	19 th	UST	4	Jl. Sriwijaya
62	Risma	P	20 th	UPY	4	Jl. Bukit Jaya
63	Garist	P	20 th	UMY	4	Damar, Belitung Timur
64	Yuni	P	20 th	UPY	4	Tanjungpandan, Belitung
65	Yones	P	20 th	UPY	6	Tanjungpandan, Belitung
66	Dwi Rossela	P	18 th	UPY	2	Gantung, Belitung Timur
67	Vini	P	21 th	UNY	8	Jl. Pak Tahau, Tanjungpandan, Belitung
68	Muhajirin	L	19 th	UTY	2	Jl. Perumnas, Tanjungpandan
69	Meta	P	19 th	UPY	4	Belitung
70	Riski	P	20 th	UIN Sunan Kalijaga	2	Jl. Perawas, Tanjungpandan, Belitung
71	Kiki	L	18 th	UAD	2	Jl. Batu Itam, Tanjungpandan, Belitung
72	Dessy	P	19 th	UPY	4	Tanjungpandan, Belitung
73	Kaka	P	18 th	UAD	2	Jl. Lettu Mad Daud, Tanjungpandan, Belitung
74	Sri	P	17 th	UIN Sunan Kalijaga	2	Jl. Batu Itam, Tanjungpandan, Belitung
75	Putri	P	18 th	UAD	2	Jl. Sijuk, Belitung
76	Agesti	P	19 th	UMY	4	Belitung
77	Mrs. E	P	20 th	ISI Yogyakarta	6	Tanjungpandan, Belitung
78	Aries	P	19 th	UST	4	Membalong, Belitung
79	Achmad Nur	L	20 th	STMIK AMIKOM	4	Jl. Gatot Subroto, Tanjungpandan, Belitung
80	Liling	P	19 th	UPY	4	Belitung
81	Irwansyah	L	21 th	ISI Yogyakarta	6	Selat Nasik, Belitung

Lampiran 3. Data Subjek Penelitian

82	K	L	19 th	UPY	6	Belitung
83	Mawar	P	20 th	UNY	8	Jl. Pilang, Tanjungpandan, Belitung
84	Deki Pratama	L	18 th	UST	2	Jl. Air Rembikang, Belitung
85	Dika	L	18 th	UST	2	Jl. Air Rembikang, Belitung
86	TN	L	20 th	UGM	4	Jl. Kampung Ujung, Tanjungpandan, Belitung
87	Andika	L	20 th	UST	6	Belitung
88	Riska	P	18 th	UMY	2	Jl. Pangkalalang, Tanjungpandan, Belitung
89	Windrie	P	19 th	UIN Sunan Kalijaga	4	Jl. Air Selumar, Belitung
90	Sri Rejeki	P	20 th	UAD	6	Jl. Diponegoro, Tanjungpandan, Belitung
91	Sisil	P	20 th	UMY	6	Jl. Pak Tahau, Tanjungpandan, Belitung
92	Ristia Ningsih	P	19 th	UMY	4	Jl. Sijuk, Belitung
93	Renny	P	21 th	ISI Yogyakarta	8	Jl. Teuku Umar, Tanjungpandan Belitung
94	RG	P	21 th	UTY	8	Jl. Sriwijaya, Tanjungpandan, Belitung
95	Raju	L	19 th	UPY	4	Selat Nasik, Belitung
96	Rati Septiani	P	20 th	UMY	6	Tanjungpandan, Belitung
97	AAL	L	18 th	UAD	2	Jangkar Asam
98	Oscar Habib	L	21 th	UMY	8	Kelapa Kampit, Belitung Timur
99	Lola	P	19 th	UIN Sunan Kalijaga	6	Jl. Simpang Pesak, Belitung Timur
100	Nurzubandah	P	19 th	UMY	6	Jl. Abd Rahman, Badau, Belitung
101	Ema Milyanti	P	19 th	STIPRAM	4	Tanjungpandan, Belitung
102	Yenik	P	18 th	UAD	2	Jl. Simpang Pesak, Belitung Timur
103	Evi Amaliya	P	18 th	UMY	2	Jl. Selendang, Kelapa Kampit, Belitung Timur
104	Rahma Amalia	P	18 th	UST	2	Jl. Biliton, Belitung Timur
105	Harunasma	P	19 th	UIN Sunan Kalijaga	6	Jl. Senyubuk, Kelapa Kampit, Belitung Timur
106	EPL	P	20 th	UST	4	Kelapa Kampit, Belitung Timur
107	AL	P	19 th	UST	4	Kelapa Kampit, Belitung Timur
108	VK	P	19 th	UST	4	Kelapa Kampit, Belitung Timur
109	Minarsih	P	19 th	UMY	4	Damar, Belitung Timur
110	Rahmat	L	19 th	UMY	6	Tanjungpandan, Belitung
111	Arief	L	19 th	STIPRAM	4	Jl. Perawas, Tanjungpandan, Belitung
112	Edo	L	21 th	STP AMPTA	8	Kelapa Kampit, Belitung Timur
113	Riko	L	20 th	UAD	6	Sijuk, Belitung
114	Wahyu	L	18 th	UAD	2	Jl. Teuku Umar, Tanjungpandan Belitung
115	Ferry	L	20 th	UAD	6	Tanjungpandan, Belitung
116	Bayu	L	18 th	UST	2	Gantung, Belitung Timur
117	Gita	P	20 th	UAD	6	Jl. Air Raya, Tanjungpandan, Belitung
118	Oliv	P	20 th	Sanata Dharma	6	Tanjungpandan, Belitung
119	Hfz	L	20 th	UTY	6	Jl. Perumnas, Tanjungpandan
120	Rb	L	21 th	UAD	8	Jl. Beringin, Kelapa Kampit, Belitung Timur
121	Yogi	L	20 th	UAD	4	Jl. Cendil, Belitung Timur
122	Dwi N	P	21 th	STPMD "APMD"	8	Jl. Merdeka, Kelapa Kampit
123	Hnk	L	19 th	UMY	4	Desa Mayang, Kelapa Kampit

Lampiran 3. Data Subjek Penelitian

124	Wawan	L	19 th	UNIRES	4	Jl. Air Merbau, Tanjung Pandan, Belitung
125	Reza	L	21 th	UAD	8	Selat Nasik, Belitung
126	Hrt	L	21 th	UNY	6	Gantung, Belitung Timur
127	Ema	P	20 th	UNY	6	Membalong, Belitung
128	Rasti	P	21 th	UAD	8	Jl. Jend. Sudirman, Manggar, Belitung Timur
129	Ikhsan	L	18 th	UTY	2	Jl. Air Serkuk, Tanjungpandan, Belitung
130	Gunawan	L	20 th	UTY	8	Jl. Tanjung Kelayang, Belitung
131	Tatasurya	P	20 th	UGM	6	Jl. Kasuari, Tanjungpandan, Belitung
132	Tirta	P	20 th	UAD	6	Membalong, Belitung
133	Verin	P	21 th	UPY	8	Jl. Tanjung Kelayang, Belitung
134	Feby	P	20 th	UAD	6	Jl. Diponegoro, Gantung, Belitung Timur
135	Abdi	L	20 th	UMY	6	Jl. Saidan, Tanjungpandan, Belitung
136	Wiranda	L	18 th	UTY	2	Jl. Koperasi, Kelapa Kampit, Belitung Timur
137	Haris	L	18 th	UAD	2	Jl. Kamboja, Tanjungpandan, Belitung
138	Ilman	L	21 th	UAD	8	Jl. Pattimura, Tanjungpandan, Belitung

DATA PERILAKU BELANJA *ONLINE***A. Frekuensi Belanja *Online***

No.	Nama	Jen. Kel	Produk yang Dibeli	Jml
1	DNS	L	Baju, sepatu	2
2	Ibnu	L	Baju, sepatu, tas, parfum, madu, jam tangan, KFC, Keyboard	8
3	Martin	L	Jam tangan	1
4	Sabeq	L	Baju, jaket, tas, sepatu	4
5	Gagah	L	Celana	1
6	Dimas	L	Sepatu, jam tangan, VGA	3
7	Ihsan	L	-	0
8	Danang	L	Sepatu, sarung tangan, batu akik, kasur angina	4
9	Roron	L	-	0
10	Dwi Septi	P	Baju, Sepatu	2
11	Ery Masnaen	L	-	0
12	Melli	P	Tas	1
13	Eko	L	Sepatu, cincin	2
14	Dede Sapta	L	Baju, jaket, tas, sepatu, celana, parfum, obat, jam tangan, KFC, lemari	10
15	Agung P	L	Topi, baju, sepatu, <i>handphone</i>	4
16	Alviando	L	Baju, celana, topi, jaket, <i>cream</i> wajah, <i>flashdisk</i>	6
17	Hidayat	L	Baju, celana, jaket	3
18	Boby Kristian	L	Baju, sepatu, tas, jam tangan, <i>handphone</i>	5
19	HYS	L	Baju, celana, sepatu, <i>handphone</i> , CPU	5
20	Apriyandi	L	-	0
21	Dania Piolita	P	Sepatu, Tas	2
22	Devi Oktafari	P	Rok, <i>cream</i> wajah	2
23	Siska Indiarti	P	-	0
24	Chianda Luwi	P	<i>Cream</i> wajah, lipstick	2
25	Ricky	L	Speaker, <i>handphone</i> , knalpot motor	3
26	Riski	P	Baju, Jilbab, Rok	3
27	IEW	P	-	0
28	AN	P	Baju, cream wajah, Lipstik, <i>body lotion</i> , jam tangan, cincin, <i>handphone</i>	7
29	AKS	L	-	0
30	Aji Sentosa	L	Celana, tas, <i>headset</i> , <i>handphone</i> , lemari	5
31	Yoga	L	Sepatu, baju, celana jeans, topi, dompet, tas, jaket, parfum, jam tangan, MCD, <i>headset</i> , mouse	12
32	Rizki Dwi	L	Sepatu, parfum, jam tangan, cincin, <i>handphone</i>	5

Lampiran 4. Data Hasil Penelitian

33	Martino	L	-	0
34	AS	P	Tas, speaker	2
35	Yuyun	P	Obat	1
36	Dirga	L	Baju, <i>camera</i>	2
37	Kurnia	L	Tas, parfum, teh herbal, minuman susu, <i>charger</i> HP, <i>headset</i>	6
38	Rafiq	L	Jam tangan	1
39	SO	L	<i>Handphone</i>	1
40	H	P	-	0
41	Naufal B.A.	L	Baju, Sepatu, Susu	3
42	ZA	P	<i>Handphone</i>	1
43	Mierlan	L	-	0
44	IEIN	P	Baju, Jilbab, lipstik, obat, susu	5
45	Dwita Umiyati	P	-	0
46	AMU	L	-	0
47	MQK	L	Sepatu, jaket, <i>handphone</i> , <i>flashdisk</i> , <i>mouse</i>	5
48	Egidia Safitri	P	-	0
49	Agustari	P	Baju, celana, sepatu, parfum, <i>hair tonic</i> , vitamin, jam tangan, gelang, cincin	9
50	Ikhsanul	L	TV, <i>Handphone</i> , <i>casing HP</i> , <i>Headset</i>	4
51	Eko Bagus	L	Baju, tas, sepatu	3
52	Wira	L	Mouse, knalpot motor	2
53	N	P	Sepatu, lipstick	2
54	Titi	P	Jilbab, celana	2
55	Oscar	L	-	0
56	Agnes	P	Sandal, baju, sweater, celana, <i>softlens</i> , kalung, jam tangan, susu, risol mayonnaise, <i>casing HP</i> , tas laptop	11
57	Layla	P	<i>Dress</i> , baju, <i>cream</i> wajah, <i>eyeliner</i> , kue ulang tahun, lemari pakaian	6
58	Yuli	P	-	0
59	Fenni	P	-	0
60	Indra	L	-	0
61	Kiki	P	Baju, tas	2
62	Risma	P	Tas, sandal, baju, dompet, gelang	5
63	Garist	P	<i>Cream</i> wajah, <i>charger</i> laptop	2
64	Yuni	P	Tas, kalung, gelang, cincin, <i>pancake</i> durian, tas laptop	6
65	Yones	P	Tas, obat, kue ulang tahun	3
66	Dwi Rossela	P	Jilbab, baju, jam tangan	3
67	Vini	P	Jilbab, rok, <i>handphone</i>	3
68	Muhajirin	L	Baju, jaket, jam tangan	3
69	Meta	P	Tas, sepatu, jaket, sandal	4
70	Riski	P	<i>Body lotion</i> , jam tangan, cincin, kamera, <i>casing</i> HP	5
71	Kiki	L	Jaket, <i>charger</i> laptop	2

Lampiran 4. Data Hasil Penelitian

72	Dessy	P	-	0
73	Kaka	P	Dompot, tas	2
74	Sri	P	Obat, <i>yoghurt</i> , <i>powerbank</i>	3
75	Putri	P	-	0
76	Agesti	P	Baju, tas, sepatu	3
77	Mrs. E	P	-	0
78	Aries	P	-	0
79	Achmad Nur	L	Jam tangan	1
80	Liling	P	-	0
81	Irwansyah	L	<i>Powerbank</i>	1
82	K	L	-	0
83	Mawar	P	Pensil alis, <i>cream</i> wajah, cincin, jam tangan, kipas angin	5
84	Deki Pratama	L	Baju, sepatu, jaket, celana, parfum, cincin, gelang, uang kuno	8
85	Dika	L	Baju, <i>headphone</i>	2
86	TN	L	Parfum, Obat Pelangsing	2
87	Andika	L	-	0
88	Riska	P	-	0
89	Windrie	P	-	0
90	Sri Rejeki	P	Tas, jaket, dompet, baju, <i>hair tonic</i> , kalung, <i>pancake</i> , <i>charger HP</i>	8
91	Sisil	P	Jam tangan	1
92	Ristia Ningsih	P	-	0
93	Renny	P	-	0
94	RG	P	Baju, jilbab, tas, sepatu, <i>cream</i> wajah, lipstick, vitamin	7
95	Raju	L	Baju	1
96	Rati Septiani	P	Jilbab, <i>body lotion</i> , gelang, jam tangan, susu	5
97	AAL	L	-	0
98	Oscar Habib	L	-	0
99	Lola	P	-	0
100	Nurzubandah	P	-	0
101	Ema Milyanti	P	Baju, tas, sepatu, bedak, lipstick, parfum, vitamin, jam tangan, cincin	9
102	Yenik	P	<i>Dress</i> , ikat pinggang, celana, sandal, lipstick	5
103	Evi Amaliya	P	Baju, sepatu, jilbab	3
104	Rahma Amalia	P	Baju, sepatu, jilbab	3
105	Harunasma	P	Baju	1
106	EPL	P	-	0
107	AL	P	-	0
108	VK	P	Kalung, jam tangan	2
109	Minarsih	P	-	0
110	Rahmat	L	-	0

Lampiran 4. Data Hasil Penelitian

111	Arief	L	Celana, ikat pinggang, jam tangan, <i>powerbank</i> , sepeda	5
112	Edo	L	-	0
113	Riko	L	Sepatu, minyak rambut, <i>casing HP</i> , <i>Headset</i> , laptop	5
114	Wahyu	L	-	0
115	Ferry	L	-	0
116	Bayu	L	Sepatu Futsal, jaket, parfum, <i>headset</i>	4
117	Gita	P	Sandal, <i>dress</i> , tas, parfum, <i>body lotion</i> , gelang	6
118	Oliv	P	Sepatu, baju, <i>softlens</i> , jam tangan, <i>handphone</i>	5
119	Hfz	L	-	0
120	Rb	L	Jaket, celana	2
121	Yogi	L	-	0
122	Dwi N	P	Baju, tas, sepatu, lipstick, lemari	5
123	Hnk	L	-	0
124	Wawan	L	-	0
125	Reza	L	Baju, topi, <i>netbook</i>	3
126	Hrt	L	-	0
127	Ema	P	Jaket, sepatu, parfum, <i>cream</i> perawatan wajah, <i>powerbank</i>	5
128	Rasti	P	Baju, jilbab	2
129	Ikhsan	L	-	0
130	Gunawan	L	Baju, motor	2
131	Tatasurya	P	Tas, baju, sandal, TV	4
132	Tirta	P	Baju, jilbab	2
133	Verin	P	-	0
134	Feby	P	Jilbab, tas, kaca mata	3
135	Abdi	L	-	0
136	Wiranda	L	-	0
137	Haris	L	-	0
138	Ilman	L	Celana, jam tangan, <i>powerbank</i> , <i>handphone</i>	4
Total				335

B. Waktu Belanja Online

1. Waktu yang digunakan untuk melihat-lihat iklan sampai memutuskan untuk memesan produk

NO.	Pilihan Jawaban	Jumlah
1	(A) < 15 menit	9
2	(B) 15 - 30 menit	31
3	(C) 30 menit - 1 jam	35
4	(D) > 1 jam	14

2. Waktu yang digunakan untuk melakukan transaksi pembayaran

NO.	Pilihan Jawaban	Jumlah
1	(A) < 15 menit	29
2	(B) 15 - 30 menit	30

Lampiran 4. Data Hasil Penelitian

3	(C) 30 menit - 1 jam	14
4	(D) > 1 jam	16

3. Waktu yang digunakan untuk menunggu hingga produk diterima

NO.	Pilihan Jawaban	Jumlah
1	(A) < 3 hari	7
2	(B) 3 hari - 1 minggu	52
3	(C) 1 minggu - 2 minggu	27
4	(D) > 2 minggu	3

C. Biaya Belanja Online

NO.	Pilihan Jawaban	Jumlah
1	(A) < Rp. 100.000	14
2	(B) Rp. 100.000 - Rp 500.000	49
3	(C) Rp 500.001- Rp. 1.000.000	14
4	(D) > Rp. 1.000.000	12

D. Alasan Belanja Online

NO.	Alasan	Jumlah
1	Praktis	35
2	Mudah	24
3	Nyaman	13
4	Efektif waktu	20
5	Buka selama 24 jam	16
6	Bisa dipercaya	8
7	Harga lebih murah	23
8	Banyak pilihan	3
9	Berkualitas	1
10	Barang cepat dikirim	1
11	Sesuai keinginan	1
12	Informasi lengkap	14
13	Gambar produk menarik	1
14	Diskon	3
15	Produk lengkap	4

Lampiran 4. Data Hasil Penelitian

DATA KONTROL DIRI

NO.	NAMA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	Jumlah	
1	DNS	3	3	4	3	3	3	3	1	3	3	2	3	4	3	3	1	2	4	3	2	3	3	2	2	4	4	2	4	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	4	3	115	
2	Ibnu	3	4	3	3	3	4	2	2	4	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	115	
3	Martin	4	4	3	4	4	3	3	2	4	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	4	4	3	3	4	4	2	2	3	3	3	2	3	2	2	1	4	3	2	2	116	
4	Sabeq Al H	3	2	4	2	2	3	2	2	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	4	4	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	4	102		
5	Gagah Sur	3	4	3	2	3	4	3	2	4	4	3	3	3	3	3	2	2	3	1	2	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	4	3	1	118	
6	Dimas	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	117	
7	Ihsan	3	3	3	1	3	3	1	2	4	4	2	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	137	
8	Danang	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	1	3	105		
9	Roron	3	3	2	3	3	3	2	2	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	4	4	3	2	3	3	1	2	3	3	4	4	3	3	2	2	4	4	3	4	117	
10	Dwi Septi	3	4	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	110	
11	Ery Masna	4	4	4	3	4	4	4	1	4	3	2	4	1	1	1	2	3	4	2	2	4	4	2	4	4	4	2	1	4	4	4	4	4	4	1	1	4	4	3	4	123	
12	Melli	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	1	4	4	3	2	112	
13	Eko	4	3	3	1	3	3	2	2	4	3	1	1	4	3	4	2	4	2	2	1	4	4	2	3	3	3	3	2	3	3	4	2	4	2	3	3	1	1	3	2	107	
14	Dede Sapt	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	1	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	2	3	119	
15	Agung P	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	113	
16	Alviando S	4	3	4	2	2	4	1	1	4	3	4	3	1	4	2	2	3	3	1	3	4	3	4	1	2	3	1	4	3	2	4	2	3	4	4	1	4	4	2	4	113	
17	Hidayat Su	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	2	3	3	4	4	2	2	4	3	2	4	4	4	3	3	4	4	4	2	2	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	123	
18	Boby Krist	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	110	
19	HYS	3	3	2	2	3	4	3	2	4	3	2	3	2	3	3	3	3	4	2	2	4	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	2	110	
20	Apriyandi	3	3	3	3	3	3	2	1	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	110	
21	Dania Piol	4	4	2	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	113	
22	Devi Okta	2	4	3	4	4	2	3	1	4	2	2	3	4	2	1	1	2	3	2	2	4	4	2	3	4	4	1	4	3	4	4	4	4	4	4	3	1	4	4	2	3	117
23	Siska India	3	4	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	128	
24	Chianda L	3	4	3	3	4	4	2	3	4	2	2	3	2	2	3	3	3	4	3	1	4	4	2	1	4	4	2	3	3	4	3	3	4	3	3	2	4	4	3	3	121	
25	Ricky Sept	3	2	3	4	3	3	4	1	3	4	3	3	3	4	4	3	2	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	2	4	3	3	2	3	3	3	4	1	3	124	
26	Riski Rom	2	4	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	4	2	2	2	3	3	3	1	3	3	2	1	3	3	2	3	3	2	3	2	3	4	2	2	2	3	1	2	101	
27	IEW	2	4	3	4	3	3	2	1	4	2	4	2	2	2	1	2	2	3	4	2	3	3	4	3	3	4	2	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	116	
28	AN	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	1	2	3	2	2	3	3	3	3	3	4	3	2	2	3	3	1	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	1	3	102	
29	AKS	4	4	4	3	3	3	3	4	3	2	3	2	3	3	3	3	4	3	1	2	2	3	4	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	115	
30	Aji Sentos	4	4	4	3	3	3	3	1	3	2	3	3	3	3	2	1	2	3	3	1	3	3	3	3	4	4	2	2	3	2	3	2	2	3	1	2	3	3	3	2	107	
31	Yoga	4	2	3	4	1	1	3	4	4	3	4	1	2	4	4	3	1	3	3	1	3	3	4	1	3	2	2	2	2	2	4	1	2	3	2	1	1	3	1	3	100	
32	Rizki Dwi	4	3	3	2	3	4	3	1	2	3	1	2	4	4	4	2	2	1	1	1	3	2	3	2	4	3	1	4	2	3	3	2	3	3	3	1	2	3	3	2	102	
33	Martino M	4	3	4	2	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	1	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	1	4	4	4	4	130	
34	AS	3	3	3	3	3	3	1	1	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	1	3	4	4	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	102	
35	Yuyun	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	116	
36	Dirga	3	4	3	4	3	3	3	2	4	3	3	3	4	4	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	122	
37	Kurnia Ra	3	3	3	2	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	125	
38	Rafiq	3	4	3	4	4	4	4	2	4	4	3	2	2	3	2	2	2	4	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	4	2	2	4	2	2	3	3	2	2	112		
39	SO	3	4	3	2	4	3	4	2	4	1	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	123	
40	H	4	4	3	3	3	3	4	2	4	4	1	3	4	3	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	3	3	133	

Lampiran 4. Data Hasil Penelitian

41	Naufal B.	4	3	2	2	3	3	2	1	4	2	2	3	4	3	2	2	3	3	2	2	4	4	2	1	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	2	4	113				
42	ZA	4	3	1	2	3	3	1	3	3	4	1	2	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	4	3	1	4	3	3	4	4	1	1	4	2	3	4	1	3	112					
43	Mierlan	3	4	4	3	3	4	2	4	4	3	2	2	4	1	3	3	4	4	3	1	4	4	4	2	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	1	4	3	4	4	4	132				
44	IEIN	3	3	3	4	3	3	3	2	4	3	3	3	2	2	2	2	3	4	3	2	3	3	3	2	3	4	2	2	3	3	4	3	4	4	3	2	3	3	3	4	118				
45	Dwita Um	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	1	3	4	4	1	3	4	4	1	1	4	4	3	3	4	4	2	4	3	4	4	3	4	4	4	1	4	4	4	4	132				
46	AMU	4	3	4	1	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	2	3	3	1	4	120				
47	MQK	2	2	1	1	3	3	2	1	3	3	2	2	3	2	2	2	4	2	1	2	3	3	1	1	3	3	2	2	2	3	2	2	3	2	1	2	3	2	1	3	87				
48	Egidia Safi	4	4	3	4	4	3	4	3	4	2	3	4	4	4	3	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	145				
49	Agustari	3	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	3	3	2	4	4	4	3	3	3	2	4	3	3	4	4	3	2	4	2	4	3	2	1	3	3	4	4	126				
50	Ikhsanul	2	3	2	2	3	3	2	2	2	1	3	3	3	2	3	2	2	2	3	1	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	1	2	96				
51	Eko Bagus	3	3	4	3	3	3	2	2	3	2	3	3	2	2	4	2	3	3	4	3	3	2	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	108				
52	Wira	2	4	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	2	4	3	3	2	2	3	1	2	2	1	3	2	1	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	1	97				
53	N	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	4	4	4	3	4	3	2	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	119				
54	Titi	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	122			
55	Oscar	2	3	4	1	4	4	3	1	4	4	1	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	1	2	128				
56	Agnes	4	4	3	3	3	3	2	2	4	4	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	4	3	3	121				
57	Layla	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	4	3	3	4	3	3	2	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	117				
58	Yuli	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	4	3	3	4	3	3	2	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	117		
59	Fenni	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	4	3	3	4	3	3	2	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	117		
60	Indra	4	4	2	2	3	3	2	2	4	4	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	4	3	3	120			
61	Kiki	3	4	3	3	3	3	2	2	4	4	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	2	3	4	3	3	122
62	Risma	3	4	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	4	3	3	116	
63	Garist	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	4	2	2	4	3	3	2	3	4	2	2	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	4	3	3	117			
64	Yuni	3	4	2	2	3	3	2	2	4	4	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	4	3	3	119	
65	Yones	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	4	3	3	117		
66	Dwi Rosse	4	4	2	2	3	3	2	2	4	4	2	3	2	2	3	3	4	4	3	3	4	4	3	2	3	4	1	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	120			
67	Vini	2	3	1	3	3	3	3	3	3	4	1	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	114		
68	Muhajirin	4	4	3	2	2	1	2	3	4	3	2	3	2	2	3	3	4	4	3	1	4	4	3	3	3	4	1	3	4	2	2	3	4	4	3	2	4	4	3	3	118				
69	Meta	4	4	2	2	3	3	2	2	4	4	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	4	3	3	120			
70	Riski	2	3	1	3	3	3	3	3	3	4	1	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	4	116		
71	Kiki	2	3	1	3	3	3	3	3	3	4	1	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	115		
72	Dessy	4	4	3	3	3	3	2	2	4	4	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	4	3	3	121			
73	Kaka	2	3	1	3	3	3	3	3	3	4	1	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	115			
74	Sri	2	3	1	3	3	3	3	3	3	4	1	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	115			
75	Putri	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	4	2	3	4	2	3	4	4	3	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	2	2	3	4	4	4	4	128				
76	Agesti	4	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	2	1	3	112				
77	Mrs. E	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	2	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	3	4	4	2	3	3	3	3	3	3	121				
78	Aries	3	3	3	3	4	3	3	2	3	4	3	3	4	3	2	4	4	2	3	3	3	4	2	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	2	2	4	4	4	4	130				
79	Achmad N	4	3	3	3	2	4	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	117		
80	Liling	4	4	3	3	3	3	2	2	4	4	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	4	3	3	121			

Lampiran 4. Data Hasil Penelitian

81	Irwansyah	1	2	1	3	4	3	3	3	3	4	2	2	3	4	4	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	1	1	1	2	3	3	2	3	3	3	4	112		
82	K	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	120		
83	Mawar	3	3	3	3	3	2	3	1	3	4	2	3	3	3	3	2	2	4	3	2	3	4	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	1	3	4	4	2	111				
84	Deki Prata	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3	4	1	3	3	3	3	4	3	1	4	3	3	4	3	3	3	3	3	1	3	3	3	110	
85	Dika	3	3	3	4	3	3	3	2	3	4	2	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	116	
86	TN	4	3	3	2	2	3	3	1	2	4	3	4	4	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	2	105	
87	Andika	4	3	2	4	4	3	3	2	4	3	2	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	2	4	4	3	4	2	3	3	3	3	3	3	2	2	4	4	1	126	
88	Riska	4	4	2	2	3	3	2	2	4	4	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	4	3	3	118		
89	Windrie	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	125	
90	Sri Rejeki	2	3	2	3	3	3	2	2	3	3	1	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	111
91	Sisil	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	115
92	Ristia Nin	4	4	3	4	4	4	1	3	4	3	2	4	4	4	2	2	4	4	2	2	4	4	2	1	4	4	1	4	4	4	4	3	4	4	4	1	4	4	2	4	130	
93	Renny	2	3	4	2	3	3	4	1	3	3	3	2	3	4	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	4	4	3	3	119	
94	RG	4	4	3	1	3	3	1	2	4	3	2	3	3	4	2	3	3	3	2	2	4	3	3	3	3	4	2	2	3	2	3	2	4	4	3	2	3	3	3	4	115	
95	Raju	3	3	4	3	3	4	2	2	4	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	4	2	3	3	2	3	2	2	2	4	3	2	2	3	2	2	4	2	3	108	
96	Rati Septi	2	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	114	
97	AAL	3	4	3	1	4	3	2	2	3	3	3	3	4	3	2	3	3	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	118	
98	Oscar Hab	2	4	4	1	4	4	2	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	142	
99	Lola	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	119	
100	Nurzuban	3	4	3	4	3	3	3	2	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	136	
101	Ema Milya	3	2	1	3	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	100	
102	Yenik	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	119	
103	Evi Amaliy	3	4	3	3	4	3	3	3	4	2	2	1	2	2	3	1	4	4	2	1	3	3	2	1	3	3	1	2	4	4	4	4	4	4	3	2	2	3	3	2	3	110
104	Rahma An	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	3	2	3	4	3	4	3	3	3	4	2	3	2	2	4	3	4	3	3	4	3	2	2	3	3	2	3	119	
105	Harunasm	2	3	2	4	3	3	2	1	4	2	3	3	3	3	2	2	1	4	3	4	3	4	1	1	3	2	2	4	4	2	4	2	4	4	2	1	4	4	2	2	109	
106	EPL	3	3	1	3	3	4	3	2	4	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	2	3	3	3	4	120	
107	AL	4	3	3	3	3	3	2	2	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	1	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	119	
108	VK	3	3	2	3	4	3	2	2	4	3	2	3	4	4	2	2	4	4	2	2	4	4	3	2	4	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	4	117	
109	Minarsih	4	4	2	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	2	3	3	4	3	2	3	3	1	4	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	2	2	118	
110	Rahmat	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	2	1	122	
111	Arief	3	3	3	3	3	3	4	3	2	1	3	3	4	1	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	1	2	2	3	3	3	2	2	107	
112	Edo	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	2	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	120	
113	Riko	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	4	2	3	2	1	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	106	
114	Wahyu	3	3	4	2	3	3	3	3	4	2	2	4	2	3	2	2	4	4	4	4	4	3	2	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	120	
115	Ferry	3	3	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	4	2	2	3	3	3	3	114		
116	Bayu	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	1	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	2	2	3	3	3	1	1	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	108	
117	Gita	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	1	2	3	3	4	1	4	1	1	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	108	
118	Oliv	3	3	3	2	4	4	3	1	2	2	3	3	3	3	4	3	2	2	1	1	1	2	3	3	2	4	2	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	102	
119	Hfz	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	120	
120	Rb	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	2	3	1	1	3	3	1	2	107

Lampiran 4. Data Hasil Penelitian

121	Yogi	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	4	3	4	3	3	3	121
122	Dwi N	3	3	3	3	3	2	2	3	1	3	1	1	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	106
123	Hnk	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	122	
124	Wawan	4	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	4	3	4	3	119	
125	Reza	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	4	2	3	3	3	2	1	3	108	
126	Hrt	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	123	
127	Ema	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	1	3	1	1	3	3	3	2	3	3	3	3	4	2	3	3	2	3	3	2	3	1	3	3	106	
128	Rasti	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	1	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	110	
129	Ikhsan	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	122	
130	Gunawan	3	3	3	2	3	1	3	3	3	3	1	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	4	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	108	
131	Tatasurya	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	2	2	2	1	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	112	
132	Tirta	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	116	
133	Verin	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	2	2	3	3	124	
134	Feby	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	1	3	3	1	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	115	
135	Abdi	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	2	125	
136	Wiranda	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	1	3	3	3	3	120		
137	Haris	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	2	2	2	3	1	117	
138	Ilman	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	114	

UJI RELIABILITAS KONTROL DIRI

```
RELIABILITY
  /VARIABLES=VAR00001 VAR00002 VAR00003 VAR00004 VAR00005 VAR00006 VAR000
07 VAR00008 VAR00009 VAR00010 VAR00011 VAR00012 VAR00013 VAR00014 VAR00015 VAR00016 VAR00017 VAR00018 VAR00019 VAR00020 VAR00021
VAR00022 VAR00023 VAR00024 VAR00025 VAR00026
  VAR00027 VAR00028 VAR00029 VAR00030 VAR00031 VAR00032 VAR00033 VAR000
34 VAR00035 VAR00036 VAR00037 VAR00038 VAR00039 VAR00040
  /SCALE('ALL VARIABLES') ALL
  /MODEL=ALPHA

  /SUMMARY=TOTAL.
```

Reliability

[DataSet0]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	138	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	138	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.786	40

DESKRIPSI DATA KONTROL DIRI

DESCRIPTIVES VARIABLES=VAR00001

/STATISTICS=MEAN STDDEV MIN MAX.

Descriptives

[DataSet0]

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
VAR00001	138	87.00	145.00	1.1627E2	8.81897
Valid N (listwise)	138				

DESKRIPSI DATA PERILAKU BELANJA ONLINE

DESCRIPTIVES VARIABLES=Perilaku_Belanja_Online

/STATISTICS=MEAN STDDEV MIN MAX.

Descriptives

[DataSet0]

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Perilaku Belanja Online	138	0	12	2.43	2.641
Valid N (listwise)	138				

PERHITUNGAN FREKUENSI KATEGORISASI

A. Kontrol Diri

1. Penghitungan Data Kontrol Diri

$$\text{Skor Minimum} : 1 \times 40 = 40$$

$$\text{Skor Maksimum} : 4 \times 40 = 160$$

$$\text{Mean} : \frac{1}{2} (160 + 40) = 100$$

$$\text{SD} : \frac{1}{6} (160 - 40) = 20$$

2. Penghitungan Frekuensi Kategorisasi Kontrol Diri

$$\text{Tinggi} : (\mu + 1,0\sigma) \leq X = 120 \leq X$$

$$\text{Sedang} : (\mu - 1,0\sigma) \leq X < (\mu + 1,0\sigma) = 80 \leq X < 120$$

$$\text{Rendah} : X < (\mu - 1,0\sigma) = X < 80$$

B. Perilaku Belanja *Online*

1. Penghitungan Data Perilaku Belanja *Online*

$$\text{Skor Minimum} : 0$$

$$\text{Skor Maksimum} : 12$$

$$\text{Mean} : \frac{1}{2} (12+0) = 6$$

$$\text{SD} : \frac{1}{6} (12-0) = 2$$

2. Penghitungan Frekuensi Kategorisasi Kontrol Diri

$$\text{Tinggi} : (\mu + 1,0\sigma) \leq X = 8 \leq X$$

$$\text{Sedang} : (\mu - 1,0\sigma) \leq X < (\mu + 1,0\sigma) = 4 \leq X < 8$$

$$\text{Rendah} : X < (\mu - 1,0\sigma) = X < 4$$

Lampiran 9. Perhitungan Uji Korelasi

UJI KORELASI

```
CORRELATIONS
/VARIABLES=X Y
/PRINT=ONETAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.
```

Correlations

[DataSet0]

Correlations		Kontrol Diri	Perilaku Belanja Online
Kontrol Diri	Pearson Correlation	1	-.462**
	Sig. (1-tailed)		.000
	N	138	138
Perilaku Belanja Online	Pearson Correlation	-.462**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	
	N	138	138

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).